



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

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

TÍTULO

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA MEJORAR
LA GESTIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN GUAMOTE–PROVINCIA DE
CHIMBORAZO.**

Autora:

Vanesa Margarita Jara Córdova

Directora:

Lic. Silvia M. Aldáz Hernández Mgsc.

Riobamba – Ecuador

2013

Los miembros del Tribunal de Graduación del proyecto de investigación de título: **“PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA MEJORAR LA GESTIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN GUAMOTE–PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, presentado por: Vanesa Margarita Jara Córdova y dirigido por: Lic. Silvia M. Aldáz Hernández Mgsc.

Una vez escuchada la defensa oral y revisado el informe final del proyecto de investigación con fines de graduación escrito en la cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite la presente para uso y custodia en la biblioteca de la Facultad de Ingeniería de la UNACH.

Para constancia de lo expuesto firman:

Dr. José Álvarez
Presidente del Tribunal

Firma

Lic. Silvia M. Aldáz Henández Mgsc.
Miembro del Tribunal

Firma

Ing. Margoth Cali
Miembro del Tribunal

Firma

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Graduación, nos corresponde exclusivamente a: Vanesa Margarita Jara Córdova y a la Lic. Silvia M. Aldáz Hernández Mgsc. en calidad de Directora del Proyecto; y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Nacional de Chimborazo.

AGRADECIMIENTO

Es el reconocimiento a la Universidad Nacional de Chimborazo, a la Facultad de Ingeniería, a la Escuela de Gestión Turística y Hotelera y a la Lic. Silvia M. Aldáz Hernández Mgsc, por la ayuda intelectual y material recibida para la realización de la investigación.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios forjador de mi destino, a mis padres Gonzalo Jara y Margarita Córdova, a mi hermana Johanna Jara, pues gracias a su apoyo he logrado culminar una etapa más en mi vida profesional

ÍNDICE GENERAL

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÌNDICE DE TABLAS	x
ÌNDICE DE CUADROS.....	xi
ÌNDICE DE GRÁFICOS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS	xiv
RESUMEN.....	xv
SUMARY.....	xvii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	3
1.1 TURISMO.....	3
1.1.1 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO.....	3
1.2 TURISMO PROVINCIAL.....	4
1.3 CANTÓN GUAMOTE	5
1.4 TURISTA.....	6
1.5 DEMANDA TURÍSTICA	6
1.6 CRITERIOS BÁSICOS DE ELECCIÓN	7
1.7 OFERTA TURÍSTICA	8
1.7.1 COMPONENTES DE LA OFERTA TURÍSTICA	8
1.8 CONSUMO Y GASTO TURÍSTICO.....	8
1.8.1 CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMO TURÍSTICO:.....	9
1.9 LAS EMPRESAS TURÍSTICAS	9
1.10 PROMOCIÓN.....	10
1.11 PLAN	10
1.11.1 TIPOS DE PLANES:	10
1.12 LOS PLANES PUEDEN SER CLASIFICADOS EN:.....	11

1.13 DESARROLLO	13
1.14 TURISMO SOSTENIBLE.....	13
1.15 MERCADO.....	13
1.15.1 TIPOS DE MERCADO	14
1.16 SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	17
1.17 SOSTENIBLE.....	18
1.18 GESTIÓN TURÍSTICA.....	18
1.19 IMAGEN TURÍSTICA.....	18
1.20 INVENTARIO TURÍSTICO	18
1.20.1 ETAPAS PARA LA ELABORAR EL INVENTARIO DE ATRACTIVOS	19
1.21 PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO.....	19
1.22 PLANEAMIENTO DE TURISMO	20
1.23 PROGRAMA	20
1.24 PROCESO.....	20
1.25 ACTIVIDAD	20
1.25.1 ACTIVIDADES RECREATIVAS	21
1.26 DESEO.....	21
1.27 SATISFACCIÓN	22
1.28 DEMANDA TURÍSTICA	22
1.29 PRODUCTO TURÍSTICO	22
1.30 PLANIFICACIÓN	23
1.30.1 Tipos de planificación.....	24
1.31 PRINCIPIOS QUE DEFINEN EL TURISMO SOSTENIBLE SEGÚN LA OMT.....	25
CAPÍTULO II	26
2. METODOLOGÍA	26
2.1 TIPO DE ESTUDIO	26
2.2 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	26
2.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	27
2.4 PROCEDIMIENTOS.....	28
2.4.1 Técnicas.....	28

2.5 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS	28
CAPÍTULO III.....	30
3. RESULTADOS.....	30
3.1. DIAGNÒSTICO:	44
3.1.1 SOCIO ECONÓMICO DEL CANTÓN GUAMOTE	44
3.1.2 DIAGNÓSTICO CULTURAL Y TURÍSTICO	47
3.1.3 INVENTARIO, VALORACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRATIVOS CON POTENCIAL TURÍSTICO.....	48
3.2 IMAGEN TURÍSTICA DEL CANTÓN GUAMOTE	110
3.3 ANÁLISIS FODA/DAFO.....	112
CAPÍTULO IV	116
4. DISCUSIÓN	116
CAPÍTULO V	117
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	117
5.1. CONCLUSIONES	117
5.2. RECOMENDACIONES	118
CAPÍTULO VI.....	119
6. PROPUESTA.....	119
6.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA.....	119
6.2. INTRODUCCIÓN	119
6. 3. OBJETIVOS	120
6.3.1. Objetivo General	120
6.3.2. Objetivos Específicos.....	120
6.4 DISEÑO ORGANIZACIONAL	121
6.5 MISIÓN	122
6.6 VISIÓN	122
6.7 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	122
6.8 ESTRATEGIAS	122
6.9 POLÍTICAS	123
6.10 ESCENARIO DE DESARROLLO TURÍSTICO A PRIORIZAR.....	123
6.10.1 Objetivos de mercado.....	124

6.11 BASES ESTRATÉGICAS DEL TURISMO EN EL CANTÓN GUAMOTE PROVINCIA DE CHIMBORAZO	124
6.13 PRESUPUESTO PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DEL CANTÓN GUAMOTE.	132
7. ELABORACIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS	133
7.1 PAQUETES TURÍSTICOS	133
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	142
8.1 CONCLUSIONES	142
8.2 RECOMENDACIONES	143
CAPÍTULO VII	144
7. BIBLIOGRAFÍA	144
7.2 LINKOGRAFÍA	145
CAPÍTULO VIII.....	146
8. ANEXOS	146
8.1 ENCUESTA-ESPAÑOL.....	146
8.2 JERAQUIZACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES DEL CANTÓN GUAMOTE.....	150
8.3 AFICHE Y TRÍPTICO	160
8.4 LOGOTIPO.....	163
8.5 PROYECTO DE TESIS.....	164

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1	31
TABLA N° 2	32
TABLA N° 3	33
TABLA N° 4	34
TABLA N° 5	35
TABLA N° 6	36
TABLA N° 7	37
TABLA N° 8	38
TABLA N° 9	39
TABLA N° 10	40
TABLA N° 11	41
TABLA N° 12	42
TABLA N° 13	43
TABLA N° 14	121
TABLA N° 15	125
TABLA N° 16	126
TABLA N° 17	127
TABLA N° 18	128
TABLA N° 19	129
TABLA N° 20	130
TABLA N° 21	131
TABLA N° 22	132
TABLA N° 23	136
TABLA N° 24	138
TABLA N° 25	141

ÌNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	27
CUADRO N° 2 FLORA REPRESENTATIVA	49
CUADRO N° 3 FAUNA REPRESENTATIVA	49
CUADRO N° 4 FLORA REPRESENTATIVA	56
CUADRO N° 5 FAUNA REPRESENTATIVA	57
CUADRO N° 6 FLORA REPRESENTATIVA	59
CUADRO N° 7 FAUNA REPRESENTATIVA	59
CUADRO N° 8 FLORA REPRESENTATIVA	62
CUADRO N° 9 FAUNA REPRESENTATIVA	63
CUADRO N° 10 FLORA REPRESENTATIVA	66
CUADRO N° 11 FAUNA REPRESENTATIVA	66
CUADRO N° 12 FAUNA REPRESENTATIVA	69
CUADRO N° 13 FAUNA REPRESENTATIVA	70
CUADRO N° 14 PATRIMONIO RELIGIOSO	85
CUADRO N° 15 ATRACTIVOS NATURALES	110
CUADRO N° 16 ATRACTIVOS CULTURALES	111
CUADRO N° 17 ANÁLISIS FODA DEL CANTÓN GUAMOTE	113
CUADRO N° 18 ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD FORTALEZAS- DEBILIDADES VS OPORTUNIDADES	114
CUADRO N° 19 ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD FORTALEZAS- DEBILIDADES VS AMENAZAS	115

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1	31
GRÁFICO N° 2	32
GRÁFICO N° 3	33
GRÁFICO N° 4	34
GRÁFICO N° 5	35
GRÁFICO N° 6	36
GRÁFICO N° 7	37
GRÁFICO N° 8	38
GRÁFICO N° 9	39
GRÁFICO N° 10	40
GRÁFICO N° 11	41
GRÁFICO N° 12	42
GRÁFICO N° 13	43

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1	10
FIGURA N° 2	11
FIGURA N° 3	21
FIGURA N° 4	22

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

FOTOGRAFÍA N° 1	48
FOTOGRAFÍA N° 2	52
FOTOGRAFÍA N° 3	55
FOTOGRAFÍA N° 4	58
FOTOGRAFÍA N° 5	61
FOTOGRAFÍA N° 6	65
FOTOGRAFÍA N° 7	68
FOTOGRAFÍA N° 8	72
FOTOGRAFÍA N° 9	74
FOTOGRAFÍA N° 10	77
FOTOGRAFÍA N° 11	79
FOTOGRAFÍA N° 12	82
FOTOGRAFÍA N° 13	87
FOTOGRAFÍA N° 14	90
FOTOGRAFÍA N° 15	92
FOTOGRAFÍA N° 16	95
FOTOGRAFÍA N° 17	98
FOTOGRAFÍA N° 18	100
FOTOGRAFÍA N° 19	102
FOTOGRAFÍA N° 20	105
FOTOGRAFÍA N° 21	107

RESUMEN

El turismo en los últimos años se ha convertido en una de las actividades más importantes en el mundo, por ello, el problema de investigación, ha sido orientado a analizar algunas necesidades de este sector, específicamente en el cantón Guamote, Provincia de Chimborazo; debido a que, aún cuando este lugar posee innumerables atractivos turísticos naturales y culturales, hasta ahora ha sido insuficiente la atención prestada por parte del Municipio de Guamote y del Ministerio de Turismo del Ecuador; de allí que el objetivo general consiste en, realizar el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible con fin de convertir a este lugar en un destino turístico nacional e internacional.

El Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del cantón Guamote, consta de los siguientes objetivos como: realizar la fundamentación teórica con bases científicas del sector turístico, se realizó un análisis de la demanda y oferta mediante un estudio de mercado; y se realizó también un análisis estratégico mediante el cual se pudo analizar la situación interna y externa del cantón, logrando determinar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas con lo que se elaboró la matriz FODA, para luego definir la filosofía empresarial a través de la misión, visión objetivos, políticas y las estrategias que conduzcan a una adecuada gestión de los atractivos turísticos.

Se desarrolló el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible llegando a conocer los atractivos naturales y culturales de mayor relevancia para el turista, para ofrecer un servicio de calidad a nuestros clientes reales y potenciales; se determinó los costos de paquetes y facilidades para nuestros atractivos turísticos, lo cual nos permitió fijar un precio accesible y competitivo en relación con la competencia. Y por último conseguir que la promoción cumpla con su objetivo de informar, persuadir y recordar para de esta manera captar mas visitantes para la comercialización y distribución de nuestro producto en el mercado nacional e internacional, de tal forma poder lograr un posicionamiento estratégico del cantón Guamote como destino turístico.

SUMMARY

Tourism in recent years has become one of the most important activities in the world, therefore, the research problem, has been aimed at analyzing some needs of this sector, specifically in Guamote Canton , Chimborazo Province , because even though this place has many tourist attractions, it has had insufficient attention by the Guamote Municipality and the Ecuador Tourism Ministry , hence , the overall objective is to make sustainable tourism development plan in order to convert this place into a national and international tourist destination.

The sustainable tourism development plan for the Canton Guamote, has the following objectives as: Realizing scientifically based theoretical foundation of the tourism sector, we conducted a demand analysis by market research; and also conducted a strategic review in which it was possible to analyze the internal and external situation of the canton, achieving determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats thus developed the SWOT matrix, and then define the business philosophy through the mission, vision, objectives, policies and strategies conducive to the proper management of the tourist attractions.

Developed the Sustainable Tourism Development Plan coming to know the natural and cultural attractions of greater importance for the tourist, to provide quality service to our customers and prospects, we determined the packages and facilities costs for our tourist attractions, which allowed us to set a price affordable and competitive in relation to the competition. And finally for getting that promotion finds its goal to inform, persuade, and remind like for attracting more visitors to the marketing and distribution of our products in the domestic and international market, for achieving an strategic positioning of Guamote Canton as a tourist destination.

INTRODUCCIÓN

El incremento de la actividad turística en el Ecuador se ha convertido en uno de los elementos económicos más importantes, esto supone oportunidad y riesgos, por lo que el turismo es una actividad que puede servir para activar, dignificar y reconocer el valor de la cultura local.

La industria del turismo genera demandas e impactos en sectores tan variados como la agricultura, la pesca, la construcción, las artesanías, los transportes, el patrimonio cultural construido e inmaterial, entre otros, potencia la gran oportunidad que esta industria ofrece para 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 mencionados.

El Ecuador cuenta con características únicas, su posición geográfica en la zona ecuatorial, la presencia de la cordillera de los Andes y la influencia de las corrientes marinas, han dado lugar a la existencia de una amplia diversidad no solo en términos geográficos y climáticos sino también de carácter ecológico, biológico y cultural.

La provincia de Chimborazo, es la capital de las cumbres andinas y fuente de mágicos e inagotables recursos, que junto a la amabilidad de su gente, configura un mosaico centenario de legados histórico-culturales.

El cantón Guamote, debido a su ubicación geográfica, goza de una gran variedad de climas lo que permite presentar una diversidad paisajística, humana y cultural convirtiéndose así en un potencial turístico en el ámbito local, nacional e internacional. Poseedor de historia, tradición, gastronomía, cultura, naturaleza, aventura, y, sobre todo está la paz de sus habitantes que aman su entorno, lo protegen, y generosamente, lo comparten con los visitantes que llegan a sus poblaciones de calles angostas y casas antiguas con sabor colonial.

Guamote cuenta con varios atractivos naturales, culturales, los cuales no son utilizados correctamente, es por este motivo que un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible sería de gran ayuda para promocionar de mejor manera el cantón.

En el presente trabajo se busca elaborar un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para mejorar la Gestión Turística del cantón Guamote, que responda a las necesidades del sector mediante la gestión de programas de promoción, aprendizaje a las personas involucradas en esta actividad, elaboración de paquetes turísticos, para así ofertar un servicio de calidad y satisfacer las necesidades del cliente. Según un plan elaborado que englobe las siguientes etapas:

En el capítulo I se encuentra la fundamentación teórica, el cual comprende lo referente a datos y conceptos turísticos.

En el capítulo II se refiere a la metodología en el cual se detalla el tipo de estudio, la población y la muestra del cantón, al igual que su operacionalización e indicadores.

En el capítulo III se detalla los resultados obtenidos en la investigación, y el análisis estratégico.

En el capítulo IV corresponde a la discusión

En el capítulo V se refiere a las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

En el capítulo VI se refiere a la propuesta, en la cual se detalla su estructura y el modo de comercialización.

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 TURISMO

Es un conjunto de servicios que ofrecen los destinos turísticos que pretenden satisfacer las necesidades de las personas durante su viaje a lugares distintos a los de su entorno habitual, convirtiéndose en sostenible cuando se diseña para el desarrollo económico y de progreso social y cultural de la población ajustándose al entorno natural y a las necesidades presentes sin comprometer las capacidades a las necesidades futuras. Estos servicios que son demandados por los turistas, incluyen una diversidad entre los cuales están los relacionados con el ocio, la contemplación y el disfrute de la naturaleza, la salud, los negocios, el conocimiento de otras culturas, los deportes de aventura.¹

1.1.1 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

a) Ecoturismo: En el cual los viajeros conocen la naturaleza contribuyendo a su conservación mediante la educación ambiental y generando beneficios para los pobladores locales a través del micro-empresa turísticas, como las de guías locales, de transporte de cabalgatas, de alojamiento, de artesanía, de folklore, de zoo criaderos.

b) Turismo de Aventura: Es aquel donde el contacto con la naturaleza requiere de grandes esfuerzos y altos riesgos, dada la naturaleza del mismo.

c) Turismo Científico: Donde investigadores, científicos y estudiantes realizan sus labores apoyadas en la biodiversidad en los diferentes campos de las ciencias naturales como biología, botánica, zoología, biogeografía, ecología.

d) El Agro ecoturismo: Se caracteriza porque el visitante se aloja en una habitación anexada a la vivienda, construida con los materiales de la misma, pero

¹ <http://hoteleriayturismo.blogspot.com/2005/05/introduccion-conceptos-bsicos-de.html>

con estándares turísticos, consume los alimentos de la familia, convive con la familia y participa de las labores agrícolas, visitas a granjas integrales.

e) El Turismo Rural: Modalidad de turismo naturalista donde las comunidades rurales ofertan habitaciones de sus viviendas habitadas o destinan casas para ello. El eco turista se aloja en las mismas para disfrutar de la naturaleza y los modos de vida de dichas comunidades, sin participar activamente en las actividades económicas de la comunidad.

f) El Ictioturismo o pesca deportiva: Es la actividad turística naturalista diseñada para el eco turista conservacionista inclinado por dicha actividad, la que disfruta viviendo la sensación de capturarla, medirla, pesarla y devolverla nuevamente al agua, para evitar la extinción de las especies.

g) Turismo Comunitario.- Surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, mestizas o afro descendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales.²

1.2 TURISMO PROVINCIAL

La Provincia de Chimborazo está ubicada en la parte central de callejón interandino del Ecuador, limita al norte con la provincia de Tungurahua, al sur con las provincias de Cañar y Guayas, al este con la provincia de Morona Santiago y al oeste con la provincia de Bolívar. Su extensión alcanza los 6.600 kilómetros cuadrados, su capital es Riobamba, tiene gran variedad geográfica, cultural y étnica.³

² www.monografias.com/.../clasificación-turismo

³ www.ecuadorextremo.com/provincias/chimborazo

1.3 CANTÓN GUAMOTE

Guamote limita al norte con los cantones Colta y Riobamba, al sur con el cantón Alausí, al este con la provincia de Morona Santiago y al oeste con el cantón Pallatanga.

El territorio que hoy corresponde al cantón Guamote, estuvo habitado desde tiempos remotos por cacicazgos como los Guamutis, Atapos, BasanesPull, Tipines, Vishudes, entre otros.

En la actualidad el cantón Guamote está integrado por tres parroquias: la Matriz que lleva el mismo nombre y las parroquias rurales Cebadas y Palmira.

Dentro de los atractivos turísticos de Guamote tenemos:

- **Refugio alto andino de montaña Atillo.** Enclavado en el Parque Nacional Sangay. Situado junto al complejo lacustre de Atillo, a 56 km de Guamote. Cuenta con instalaciones para pesca deportiva de trucha, botes, hospedaje, alimentación típica de la región.
- **Complejo lacustre Atillo.** Constituido por un sinnúmero de lagunas de diferentes tamaños como la Laguna Negra, Cuyug, y Atillo. En los alrededores de estas lagunas, y entre riachuelos y cascadas, se puede encontrar una gran variedad de flora y fauna. Es una de las entradas más importantes a la Amazonía ecuatoriana.
- **Granja agro turística Totorillas.** Se sitúa a 9 km de la sede cantonal.
- **Camino del Inca.** Por él se puede llegar, atravesando páramos y poblados indígenas hasta las ruinas de Ingapirca.
- **Feria de Guamote.** Sigue las tradiciones del pueblo de los Puruhaes, habitantes autóctonos de la zona.

- **Estación de ferrocarril.** Desde Guamote se puede visitar en ferrocarril la Nariz del Diablo.
- **Paradero Restaurant LOS SASKINES** Ubicado a solo cinco minutos de las lagunas de Atillo, a orillas de la vía Riobamba-Macas. Comida nacional y local basado principalmente en trucha. Trabajamos con voluntarios internacionales. Servicio de guías e interpretación ambiental.⁴

1.4 TURISTA

Principal actor de la actividad turística es la persona que viaja temporalmente fuera del lugar de su residencia habitual y permanece por lo menos una noche con fines de esparcimiento, descanso, interés cultural o cualquier otro propósito no lucrativo.⁵

1.5 DEMANDA TURÍSTICA

La demanda turística es el resultado de todas las decisiones de las demandas individuales de los usuarios turísticos.

También se puede definir como la cantidad demandada por el mundo a cada uno de los precios de los productos y servicios que componen los viajes. Se supone que la variable más importante que afecta a la demanda es el PRECIO, diciéndose habitualmente que la demanda se comporta de manera decreciente respecto al incremento de este básicamente porque:

- ✓ Disminuye la capacidad adquisitiva del turista los turistas buscan productos sustitutivos a un determinado precio.

⁴ <http://hoteleriayturismo.blogspot.com/2005/05/introduccion-conceptos-bsicos-de.html>

⁵ http://www.palermo.edu/economicas/hoteleria/Descripcion_cursos.html

- ✓ Consecuentemente con este planteamiento, el primer elemento de decisión del turista deberá ser el precio y la cantidad de servicios y de productos que se ofrece.⁶

1.6 CRITERIOS BÁSICOS DE ELECCIÓN

- ✓ Los productos y servicios no son básicamente iguales y no se pueden sustituir fácilmente unos por otros. Esto es debido a que tienen una serie de características que les hacen diferentes, por que el turista lo que busca, es obtener el máximo bienestar posible del producto o servicio que compra.
- ✓ Cuando los productos son heterogéneos, el criterio básico de elección es la **COMPARABILIDAD** que consiste en comparar las características de un producto turístico con otro.
- ✓ El segundo criterio de elección de los turistas es **LA FIDELIDAD**, uno compra los productos o servicios turísticos por costumbre o tradición en una determinada empresa por que satisface las necesidades planteadas por el turista. Solamente se cambiara de empresa, producto, o servicio cuando se modifique algo esencial de las características del producto o que otra empresa oferte un producto similar mas ventajosamente.
- ✓ El tercer criterio de elección es la **ESPECTATIVA**, es el deseo, el sentido que tiene cada persona de cómo va a desarrollarse su viaje por que las actividades turísticas se tienen que adquirir o comprar con anterioridad a la realización del viaje.⁷

⁶ http://www.palermo.edu/economicas/hoteleria/Descripcion_cursos.html

⁷ <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/rh/49/guiaselecc.htm>

1.7 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.⁸

1.7.1 COMPONENTES DE LA OFERTA TURÍSTICA

Recursos turísticos: Se basan en los atractivos con q cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, y son la motivación principal de la visita.

- **Infraestructuras:** Son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, ya sean públicos o privados. Ej. Carreteras, puertos.
- **Empresas turísticas:** Prestan el servicio directo al turista. Empresas de alojamiento, de transporte, etc.⁹

1.8 CONSUMO Y GASTO TURÍSTICO

El consumo es la adquisición de bienes o servicios con el fin de satisfacer una necesidad. El consumo turístico es la adquisición de servicios turísticos para satisfacer una necesidad del turista., este consumo se divide en:

- Consumo turístico primario: consistente en adquirir bienes y servicios netamente turísticos como alojamiento o transporte.
- Consumo turístico secundario: que consiste en el gasto realizado por el turista en bienes de la oferta complementaria como aspirinas o jabón.¹⁰

⁸ <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-dio-a-conocer-su-oferta-turistica>

⁹ <http://turismoysustentabilidad.blogspot>.

¹⁰ <http://www.iet.turismoencifras.es/impactoeconomico/item/99-el-consumo->

1.8.1 CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMO TURÍSTICO:

El consumo turístico ha de realizarse in situ.

- El consumo significa la destrucción del servicio.
- El cliente puede componer por si mismo el producto global.
- Se puede producir una sustitución de algunos subproductos.
- El turismo es un bien consumible de lujo relativo.

Si bien históricamente sólo las clases altas tenían acceso al turismo, hoy, gracias al abaratamiento de los precios, la elevación del nivel de renta y la intervención del Estado, pueden practicar el turismo todas las clases.

El gasto turístico es todo gasto de consumo efectuado por un visitante durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino. Los conceptos principales del gasto turístico son: alojamiento, alimentación, transporte, ocio, cultura, actividades deportivas, compras.

Las agencias de viajes son operadores del mercado encargados de poner en contacto oferta y demanda, y aunque forman parte del sistema turístico, no son estrictamente oferta. A pesar de esto la Secretaría General de Turismo las incluyó en la oferta turística.

Los transportes suponen una categoría mixta ya que, en su función de acercamiento de la demanda al lugar de destino, donde se encuentra la oferta turística, realizan también una función de mediación.¹¹

1.9 LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

En las clasificaciones se usan las certificaciones de Calidad, que se basan en el establecimiento de un sistema estándar de calidad, que tenga en cuenta los

¹¹<http://books.google.com.ec/books?id=hnK5a5f45EEC&pg=PA46&lpg=PA46&dq=caracteristicas+del+consumo>

aspectos físicos, y el servicio al cliente. Culmina con la imposición del sello de calidad.¹²

1.10 PROMOCIÓN

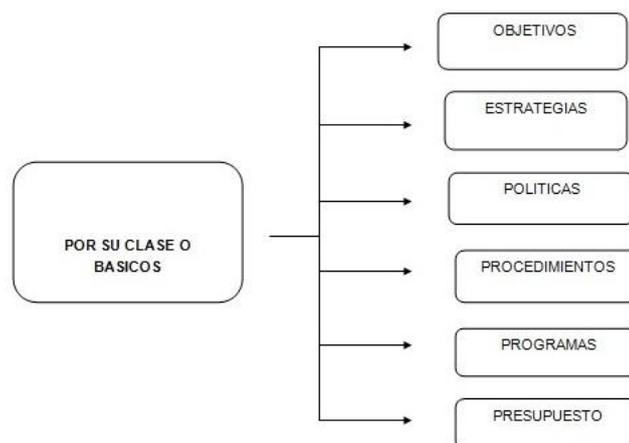
Es una herramienta que combinada con las otras tres herramientas (producto, plaza y precio) genera una determinada respuesta en el mercado para las empresas, organizaciones o personas que la utilizan.¹³

1.11 PLAN

Es una concepción más amplia y general que el programa y proyecto, la diferencia son los niveles de concreción y especialidad. Se refiere al aspecto global de todas las actividades de un proceso de desarrollo, dentro de un período determinado, es un conjunto organizado de fines, objetivos, metas, instrumentos, medios o recursos para alcanzar objetivos que tienen que ver con el desarrollo de áreas o sectores geográficos, educativos, culturales.(ÁLVAREZ, J.2011).

1.11.1 TIPOS DE PLANES:

FIGURA N° 1



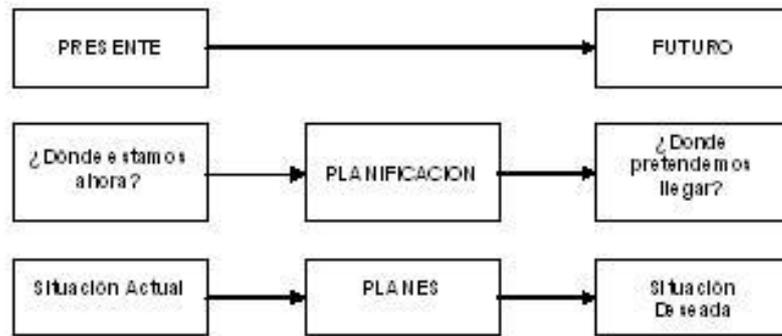
Fuente: Administración Nora Hernández.

¹² <http://www.olx.com.ec/q/empresas-turisticas/c-371>

¹³ http://www.palermo.edu/economicas/hoteleria/Descripcion_cursos.html

Los planes son obtenidos a partir de ideas y programas. El objetivo de un plan es organizar, programar y prever. Para ello deben determinarse los objetivos, el medio, la forma, el lugar y quien lo llevará a cabo.

FIGURA N° 2



Fuente: Planificación, aula empresarial.

1.12 LOS PLANES PUEDEN SER CLASIFICADOS EN:

a) Planes operativos: es diseñado con el fin de determinar con anterioridad cual es el rol particular de cada individuo en las unidades operacionales donde trabajará. Algunas cuestiones remarcables de este tipo de planes son:

- Son llevadas a cabo y dirigidas por jefes que no se hallan en las cúpulas jerárquicas de las instituciones donde serán llevadas a cabo.
- Las reglas y métodos son determinados de manera muy minuciosa. Además deben ser respetados indiscutiblemente.
- Respetar las orientaciones dadas por los planes tácticos y estratégicos.
- Su propósito principal es la búsqueda de eficiencia.
- Estos planes son diseñados para ser ejecutados en lapsos de tiempo más bien cortos.

b) Planes tácticos: este tipo de planificación recurre a la planeación estratégica como base. Estos están destinados a trabajar sobre temas relacionados a los principales departamentos o áreas de las organizaciones. Además se encarga de garantizar el mejor uso de los recursos y su optimización, sobre todo aquellos que serán utilizados para alcanzar las metas determinadas.

Estos planes se diferencian de los estratégicos por una cuestión de tiempo. Cuando haya una mayor utilización de tiempo la planificación será más estratégica que táctica. Es por ello que si el plan se encuentra orientado a un determinado sector o producto será táctico. Pero si la planificación es orientada hacia la empresa en su totalidad será estratégica.

Algunas características de los planes tácticos son:

- Son llevados a cabo y dirigidos por los empresarios que tenga un rango medio en la jerarquía de la institución.
- La base de sus lineamientos será el de los planes estratégicos.
- La información que será tratada será tanto interna como externa.
- Intenta coordinar recursos y las grandes áreas organizativas.
- Su objetivo principal es alcanzar tanto la eficacia como la efectividad.

c) Planes estratégicos: se encuentra orientada a metas que competen a una determinada institución o empresa. Intentará determinar cuáles son los parámetros de orientación y las limitaciones. Para ello se establecen cuales son los propósitos, los recursos que se emplearán y cuales serán guías a la hora de administrar los mismos. La empresa o institución es tratada como un todo, no serán diferenciadas sus áreas o sectores.

Algunas cuestiones importantes para remarcar sobre éstos son:

- Estos planes son llevados a cabo y guiados por aquellas personas que se hallan en las cúpulas jerárquicas de la institución,
- La información manejada suele ser ajena a la organización.
- Los lineamientos que regirán a toda la institución será determinados en este tipo de planes, es decir que es el plan original. A partir de este surgirán los demás, que tratarán temas o cuestiones más reducidas o específicas.
- Estas planificaciones son realizadas para ser aplicada en largos lapsos de tiempo.
- Su objetivo principal es hallar efectividad.

- Las guías que determina no son detallados Y minuciosos, son más bien generales.
- Son planificados sin poseer certezas.¹⁴

1.13 DESARROLLO

Es el proceso de transformación de la sociedad que se caracteriza por la expansión de la capacidad productiva, el aumento de los promedios de productividad.¹⁵

1.14 TURISMO SOSTENIBLE

Son actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias.¹⁶

1.15 MERCADO

El mercado es, el ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores y vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado tipo de bien o de servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales. Los primeros mercados de la historia funcionaban mediante el trueque. Tras la aparición del dinero, se empezaron a desarrollar códigos de comercio que, en última instancia, dieron lugar a las modernas empresas nacionales e internacionales. A medida que la producción aumentaba, las comunicaciones y los intermediarios empezaron a desempeñar un papel más importante en los mercados.

¹⁴ http://www.virtual.unal.edu.cTipos_planes.htm

¹⁵ <http://www.definicion.org/desarrollo>

¹⁶ <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>

Una definición de mercado según la mercadotecnia: Organizaciones o individuos con necesidades o deseos que tienen capacidad y que tienen la voluntad para comprar bienes y servicios para satisfacer sus necesidades.¹⁷

1.15.1 TIPOS DE MERCADO

Entre las distintas clases de mercados se pueden distinguir los mercados al por menor o minoristas, los mercados al por mayor o distribuidores, los mercados web, los mercados de productos intermedios, de materias primas y los mercados de acciones (bolsas de valores).

El término mercado también se emplea para referirse a la demanda de consumo potencial o estimado.

El concepto clásico de mercado de libre competencia define un tipo de mercado ideal, en el cual es tal la cantidad de agentes económicos interrelacionados, tanto compradores como vendedores, que ninguno de ellos es capaz de modificar el precio (competencia perfecta), será distinta de la que se genera en un mercado donde concurren un número reducido de vendedores oligopolio. Como caso extremo, donde la competencia es inexistente, se destaca aquel en el que el mercado es controlado por un solo productor (monopolio). En cualquiera de estas situaciones cabe que los productores compartan el mercado con gran cantidad de compradores, con pocos o con uno solo.

Atendiendo al número de personas que participan en el mercado o nivel de competencia, se pueden clasificar en:

a) Mercado y competencia perfecta

No todos los mercados son eficientes en el sentido de que no en todos ellos existen unas condiciones técnicas llamadas de competencia perfecta. Los mercados eficientes o de competencia perfecta son aquellos en los que se asume

¹⁷ <http://www.promonegocios.net/mercado/tipos-de-mercado.html>

que existen tantos vendedores como compradores de un mismo bien o servicio que ninguno de ellos, actuando independientemente, puede influir sobre la determinación del precio y que éste a su vez, está dado y es fijado por las mismas fuerzas del mercado.

La competencia perfecta es una representación idealizada de los mercados de bienes y de servicios en la que la interacción recíproca de la oferta y la demanda determina el precio. Un mercado de competencia perfecta es aquel en el que existen muchos compradores y muchos vendedores, de forma que ningún comprador o vendedor individual ejerce influencia decisiva sobre el precio. Para que esto ocurra, debe cumplirse estos siete elementos:

1. Existencia de un elevado número de oferentes y demandantes. La decisión individual de cada uno de ellos ejercerá escasa influencia sobre el mercado global.
2. Homogeneidad del producto. No existen diferencias entre los productos que venden los oferentes.
3. Transparencia del mercado. Todos los participantes tienen pleno conocimiento de las condiciones generales en que opera el mercado.
4. Libertad de entrada y salida de empresas. Todas las empresas, cuando lo deseen, podrán entrar y salir del mercado.
5. Libre acceso a la información.
6. Libre acceso a recursos.
7. Beneficio igual a cero en el largo plazo.

La esencia de la competencia perfecta no está referida tanto a la rivalidad como a la dispersión de la capacidad de control que los agentes económicos pueden ejercer sobre la marca del mercado. Cuando se viola o no se cumple con alguno de los requisitos para la competencia perfecta se produce un fallo de mercado.

En un mercado libre de restricciones o mercado con competencia perfecta, la oferta y la demanda de los diferentes bienes determinan un precio de equilibrio para cada bien, y a dicho precio las empresas deciden libremente que cantidad

producir. Por consiguiente, el mercado determina el precio y cada empresa acepta este precio como un dato fijo sobre el que no puede influir. Cuando la demanda de un producto no afecte significativamente a posibles productos complementarios o suplementarios, podrá definirse la curva de demanda y determinar el equilibrio parcial para un mercado de un sólo bien. A partir del precio de equilibrio cada empresa individual producirá la cantidad que le indique su curva de oferta para ese precio concreto. La curva de oferta de cada empresa está condicionada por su costo de producción. (Costo marginal en términos más precisos).

Al precio que se determine en el equilibrio de un mercado competitivo las empresas no tendrán, en general, los mismos beneficios. Esto se deberá a que, si bien suponemos que todas las empresas conocen la misma tecnología a corto plazo, las instalaciones fijas de cada empresa serán diferentes, de forma que los costos y beneficios serán distintos.

Aunque esta situación puede existir en el corto plazo (mientras no sea posible alterar el tamaño de la empresa), no se mantendrá en cuanto las organizaciones logren readaptar sus procesos productivos. Además, los beneficios que obtengan las empresas más eficientes, serán tenidos en cuenta por las compañías de otros mercados o sectores. De nuevo. En el corto plazo, éstas no podrán abandonar el sector en el que se encuentran, pero tan pronto como puedan liquidar sus instalaciones, lo harán.

Así, en un mercado de competencia perfecta hay una tendencia a que se minimicen los costes y se equiparen así los beneficios.

El término "se vacía el mercado", proviene de lo mismo: se cumple el objetivo de la competencia perfecta, el cual es maximizar los excesos de oferta por parte de los empresarios, y el exceso de demanda por los consumidores. Un "mercado vacío" es aquel en el que se vendió y compró todo lo que se produjo.

En los mercados de competencia perfecta, el beneficio a largo plazo es nulo, ya que mientras un mercado ofrezca la posibilidad de obtener beneficio neto de una

inversión entrarán más y más productores hasta que el beneficio quede anulado. Naturalmente en la práctica la competencia perfecta es irrealizable y a corto y medio plazo el mercado no es perfectamente competitivo, y es en esa situación que las empresas pueden obtener beneficios. Cuando el mercado está cerca de ser perfectamente competitivo, las empresas que pretenden obtener beneficios generalmente deben aprovechar mejor la tecnología para reducir costes y aumentar el margen de beneficio entre el precio de venta y el coste unitario de producción.

b) Mercados de competencia imperfecta

Los mercados de competencia imperfecta son aquellos en los que bienes y productores son lo suficientemente grandes como para tener un efecto notable sobre el precio. Existen varios modelos de este tipo de mercado entre ellos el mercado monopolístico y los diversos modelos oligopolísticos. También existen mercados donde un comprador tiene suficiente cuota de mercado para influir en el precio ese tipo de mercados, un ejemplo de ese tipo de mercados son los monopsonios y los oligopsonios.

La diferencia fundamental con los mercados de competencia perfecta reside en la capacidad que tienen las empresas oferentes de controlar en precio. En estos mercados, el precio no se acepta como un dato ajeno, sino que los oferentes intervienen activamente en su determinación.

En general, puede afirmarse que cuanto más elevado resulte el número de participantes, más competitivo será el mercado.¹⁸

1.16 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercado es el proceso, como su propio nombre indica, de dividir o segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Los siguientes tipos de segmentos los podemos ver a continuación: Estos segmentos son grupos homogéneos (por

¹⁸ <http://www.tipos-mercado/tipos-mercado.shtml>

ejemplo, las personas en un segmento son similares en sus actitudes sobre ciertas variables). Debido a esta similitud dentro de cada grupo, es probable que respondan de modo similar a determinadas estrategias de marketing. Es decir, probablemente tendrán las mismas reacciones acerca del marketing mix de un determinado producto, vendido a un determinado precio, distribuido en un modo determinado y promocionado de una forma dada.¹⁹

1.17 SOSTENIBLE

Se aplica al desarrollo o la evolución que es compatible con los recursos de que dispone una región, una sociedad.²⁰

1.18 GESTIÓN TURÍSTICA

Se considera a la actividad turística como una de las principales herramientas para la reactivación económica de la economía mundial.²¹

1.19 IMAGEN TURÍSTICA

Impresión que tiene el consumidor de todo lo que está asociado con el producto.²²

1.20 INVENTARIO TURÍSTICO

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 confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su

¹⁹ <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmento-mercado-definicion-concepto.htm>

²⁰ http://www.palermo.edu/economicas/hoteleria/Descripcion_cursos.html

²¹ <http://www.gestionturistica.cl/publicaciones/revistas/>

²² <http://ciencia.urjc.es/bitstream/10115/2806/1/IMAGEN%20DESTINOS%20TURISTICOS.pdf>

tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico.²³

1.20.1 ETAPAS PARA LA ELABORAR EL INVENTARIO DE ATRACTIVOS

a) Clasificación de los atractivos.- Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar.

b) Recopilación de información.- En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo.

c) 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.

d) 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.²⁴

1.21 PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

Un Plan de Desarrollo Turístico es una herramienta para guiar el desarrollo del turismo en un área protegida que sintetiza y representa las ideas de todas las personas interesadas a la vez que satisface los objetivos de conservación del sitio. Debe dar como resultado un documento que exprese las recomendaciones de las personas involucradas en la planificación acerca de cómo llevar adelante el turismo en un área protegida particular.²⁵

²³ <http://inventario-turistico.html>

²⁴ <http://manual-para-la-formulacion-de-inventario-turistico>

²⁵ <http://planes-y-estrategias-de-desarrollo-turistico-ecuador>

1.22 PLANEAMIENTO DE TURISMO

El planeamiento del turismo es una herramienta de gestión de destinos, enfocada en la percepción de la situación actual en que el destino se encuentra y sus posibles panoramas futuros. Construyendo metodológicamente una aplicación que posibilite guiar el destino del panorama actual hacia el futuro deseado utilizando de forma eficiente los recursos disponibles para este fin.

Percibiendo el turismo en la localidad se constatan sus impactos negativos o positivos. En un intento de maximizar los impactos positivos y minimizar los impactos negativos surge el planeamiento basado en la sostenibilidad. Utilizando el trípode enmarcado en la equidad social, prudencia ecológica y en la dinamización de la economía local.²⁶

1.23 PROGRAMA

Un programa es un conjunto de instrucciones escritas en algún lenguaje de programación.²⁷

1.24 PROCESO

Un proceso es un conjunto de actividades o eventos (coordinados u organizados) que se realizan o suceden (alternativa o simultáneamente) bajo ciertas circunstancias con un fin determinado.²⁸

1.25 ACTIVIDAD

Es el conjunto de acciones que se llevan a cabo para cumplir las metas de un programa o subprograma de operación, que consiste en la ejecución de ciertos

²⁶ <http://www.misionturismo.com/category/planeamiento-turistico/>

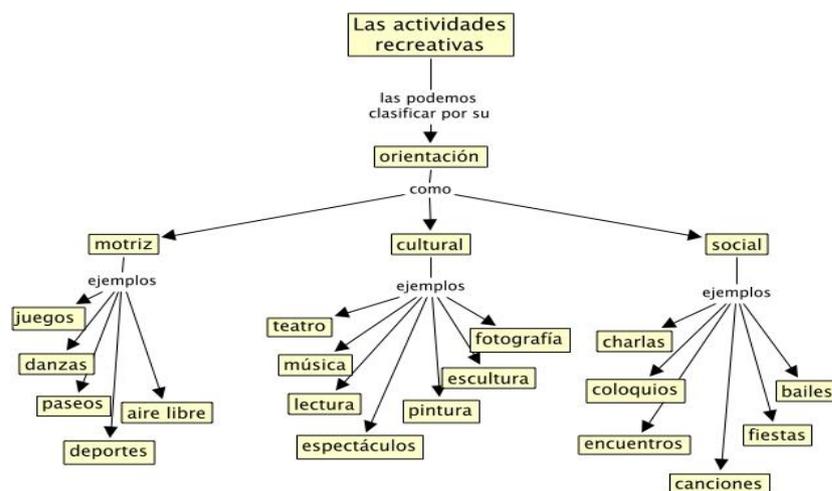
²⁷ <http://hoteleriayturismo.blogspot.com/2005/05/introduccion-conceptos-bsicos-de.html>

²⁸ <http://hoteleriayturismo.blogspot.com/2005/05/introduccion-conceptos-bsicos-de.html>

procesos o tareas (mediante la utilización de los recursos humanos, materiales, técnicos, y financieros asignados a la actividad con un costo determinado), y que queda a cargo de una entidad administrativa de nivel intermedio o bajo. Es una categoría programática cuya producción es intermedia, y por tanto, es condición de uno o varios productos terminales. La actividad es la acción presupuestaria de mínimo nivel e indivisible a los propósitos de la asignación formal de recursos. Conjunto de operaciones o tareas que son ejecutadas por una persona o unidad administrativa como parte de una función asignada.²⁹

1.25.1 ACTIVIDADES RECREATIVAS

FIGURA N° 3



Fuente: <http://es.scribd.com/doc/79892924/Clasificacion-de-las-actividades-recreativas>

1.26 DESEO

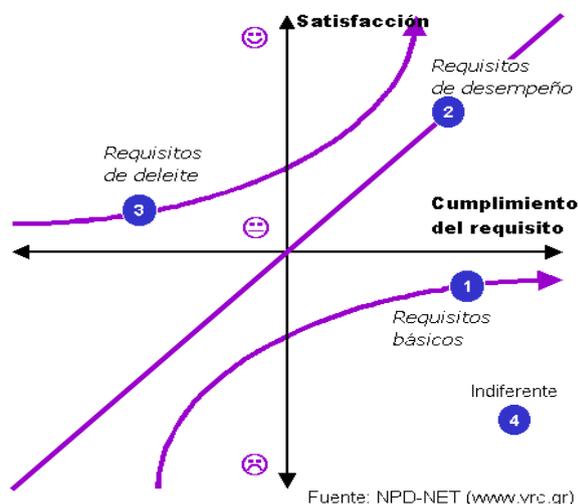
El deseo se dice del anhelo de saciar un gusto, que conmueve nuestros sentidos, sea por encauzamiento, o motivado por vivencias pasadas, o por neto reflejo corporal, ya sea por objetos materiales, por saber, por personas o por afectos.³⁰

²⁹ <http://www.definicion.org/actividad>

³⁰ <http://hoteleriayturismo.blogspot.com/2005/05/introduccion-conceptos-bsicos-de.html>

1.27 SATISFACCIÓN

FIGURA N° 4



1.28 DEMANDA TURÍSTICA

La demanda turística define la relación inversa ente precio y cantidad, por tanto la demanda es decreciente porque nos dice que cuanto mayor es el precio de una bien, menor será la cantidad demandada del mismo, y por el contrario cuando menor es el precio de un bien, mayor será la cantidad demandada. Por ejemplo los Low Cost, es decir, que cuando menor es el precio de este servicio más aumenta su consumo y por tanto la demanda es mayor.³¹

1.29 PRODUCTO TURÍSTICO

El producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista. Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: (Acerenza M, 1993).

³¹ <http://gitetur.wikispaces.com/La+Demanda+Tur%C3%ADstica>

- ✓ **Atractivos:** Es el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico.
- ✓ **Facilidades:** Son aquellas que complementan los atractivos, pues permiten la permanencia y el disfrute de una estancia agradable. Son todas aquellas instalaciones y servicios destinados a facilitar el alojamiento y la alimentación igual que las distracciones, amenidades, y servicios complementarios para el turista.
- ✓ **Acceso:** La accesibilidad es el grado en el que todas las personas pueden utilizar un objeto, visitar un lugar o acceder a un servicio, independientemente de sus capacidades técnicas, cognitivas o físicas.³²

1.30 PLANIFICACIÓN

La planificación es un conjunto de actividades tendientes a la transformación del comportamiento de un fenómeno, en función de ciertos objetivos, es un instrumento para la satisfacción de las necesidades humanas y sociales no es un fin en sí misma, es un medio. Es un proceso continuo de toma de decisiones coherentes con los objetivos propuestos. El proceso de planificación se divide en dos fases:

a) La fase de definición.- Es el proceso que abarca todo el trabajo que se realiza para determinar lo que se ha de hacer respecto del objeto de planificación y en concordancia con los principios, espíritu y filosofía del desarrollo que prevalecen entre los integrantes del sector dirigente.

Esta primera parte del proceso se reduce a un documento conocido como plan, el cual se caracteriza por su relativa generalidad y por no ser aplicable en la práctica

por sí solo, los planes analizan la situación del objeto de planificación, establecen objetivos y metas respecto a su desenvolvimiento en el futuro y proponen las formas e instrumentos que deberán emplearse con el fin de alcanzar los objetivos planteados.

b) La fase de aplicación.- Son los aspectos relacionados con la vinculación entre las propuestas del plan y la realidad, esta fase incluye la programación, presupuestación, instrumentación y evaluación de las acciones necesarias para modificar el objeto de planificación en el sentido deseado. Así las actividades de dicha fase se resumen en programas y proyectos concretos que contribuyen a aproximar el estado de cosas existente al estado de cosas ideal.

Tanto los planes como los programas y proyectos requieren ser formulados de acuerdo con una realidad espaciotemporal determinada, la naturaleza cambiante de esa realidad hace que la validez del análisis de los problemas y por tanto de las soluciones propuestas tengan limitantes en el tiempo y en el espacio.

1.30.1 Tipos de planificación

a) Planificación Global.- Se establecen metas para toda la economía en su conjunto y con los recursos disponibles.

b) La planificación sectorial.- Se refiere a cada actividad o sector de la economía en particular es decir a la agricultura, la industria, la comunicación y el transporte, la vivienda y el turismo, en dicha planificación se establecen las acciones específicas para llevarles a cabo en cada uno de ellos al logro de las metas establecidas en el Plan global de desarrollo del país.³³

³³ http://www.eclac.cl/ilpes/noticias/paginas/1/36341/sesion_planificacion.pdf

1.31 PRINCIPIOS QUE DEFINEN EL TURISMO SOSTENIBLE SEGÚN LA OMT

1. Recursos naturales, culturales y otros se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios a la sociedad actual.
2. El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales.
3. La calidad ambiental se mantiene y mejora.
4. Se mantiene un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial.
1. Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.³⁴

³⁴ <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA

2.1 TIPO DE ESTUDIO

➤ **Investigación de campo**

Es el tipo de investigación mediante el cual se puede tener contacto directo con quienes son los gestores del problema es decir con las autoridades, propietarios y empleados de los establecimientos que operan en el cantón Guamate.

➤ **Investigación documental**

Es la compilación del suficiente material bibliográfico valiéndose del manejo adecuado de libros, textos, guías, revistas, resultados de otras investigaciones relacionadas con el tema.

2.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para el estudio del proyecto se tomara el ingreso de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Parque Nacional Sangay los datos obtenidos según la CODECH del año 2011 es:

Ingreso de turistas nacionales: **12.226**

Ingreso de turistas extranjeros: **1.213**

Se determinó un universo finito de 13.439 turistas nacionales y extranjeros.

N = Población o universo = 13.439

E = Margen de error admisible 8%

2 = Elevado a la potencia 2

n = Población o universo = ?

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

$$n = \frac{13.439}{(0.08)^2 (13.439 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{13.439}{87.0032}$$

$$n = 154$$

2.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

CUADRO N° 1 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS
Plan de Desarrollo Turístico Sostenible	Es un instrumento de gestión útil para el desarrollo social de una comunidad que tenga una integración y unidad de propósitos generales. Autor: Arturo Crosby	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumento • Gestión • Desarrollo • Social • Comunidad • Integración • Propósitos 	<ul style="list-style-type: none"> • Útil • Elemento • Misión • Tarea • Progreso • Proceso • Comunitario • Benéfico • Asociación • Sociedad • Mezcla • Reunión • Intentos • Planes 	<ul style="list-style-type: none"> -Observación -Encuestas
Mejoramiento de la Gestión Turística.	Se plantea como una profesión cuyo objeto de estudio es: la administración , la gestión , y la creación de empresas de servicios turísticos y hoteleros. Autor: • Pérez de las Heras	<ul style="list-style-type: none"> • Profesión • Administración • Gestión • Empresas • Servicios Turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Función • Tarea • Dirección • Gerencia • Mandato • Servicio • Compañías • Sociedades • Prestaciones • Asistencias 	<ul style="list-style-type: none"> - Observación - Encuestas

Fuente: Vanesa Jara Córdoba.

Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdoba.

2.4 PROCEDIMIENTOS

Para la recolección de la información que nos será de mucha utilidad, en el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del cantón Guamote, aplicaremos encuestas a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Cantón. Con la finalidad que esta información recolectada nos sirva para elaborar la propuesta de nuestro trabajo de investigación.

2.4.1 Técnicas

➤ La encuesta

La encuesta es una técnica que utilizaremos para recolectar datos de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Guamote, con preguntas relacionadas a nuestro trabajo investigativo, el cual nos permitirá identificar la oferta, la demanda, y al mismo tiempo identificar cuáles son las necesidades insatisfechas de los turistas, las mismas que trataremos dar alternativas de solución, para convertir a este lugar en un destino turístico nacional e internacional.

➤ La observación

Esta técnica sirve para observar el comportamiento de los turistas con el lugar que visitan, la atención y calidad de los servicios que ofrecen los establecimientos turísticos. Así de esta manera procederemos a identificar cuáles son los puntos fuertes y débiles del cantón Guamote.

2.5 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

En esta etapa se presentan todos los resultados obtenidos a través de las encuestas aplicadas a los turistas, para realizar la clasificación, el registro y la tabulación de la información, para expresar los valores, magnitudes y otros datos obtenidos de nuestro trabajo investigativo.

En el procesamiento de la información utilizamos la hoja electrónica de Excel 2010, la cual nos permitió representar en tablas y gráficos estadísticos, para luego ordenarlo y realizar un análisis interpretativo de las ventajas y desventajas de los datos recolectados.

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS

El estudio para el diseño de un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible mediante el diagnóstico socioeconómico y turístico del Parque Nacional Sangay, de acuerdo a los datos estadísticos emitidos por la CODECH, el número de visitantes extranjeros que visitaron el Parque Nacional Sangay es de 1.213 turistas, y el número de visitantes nacionales que visitaron el Parque Nacional Sangay es de 12.226 durante el año 2011.

El universo es de 154 encuestas dirigidas a los turistas nacionales y extranjeros que visitaron el Parque Nacional Sangay y el cantón Guamote.

Los datos alcanzados serán tabulados mediante un análisis contenido en tablas y gráficos estadísticos en el programa de Microsoft Excel. A continuación se detallan las 13 preguntas contenidas en el formulario de encuesta, que constan de: tablas, gráficos y el análisis e interpretación correspondiente a cada una de ellas, lo que nos permitirá dar una explicación concreta basada en las estadísticas de manera secuencial.

1. Género?

TABLA N° 1

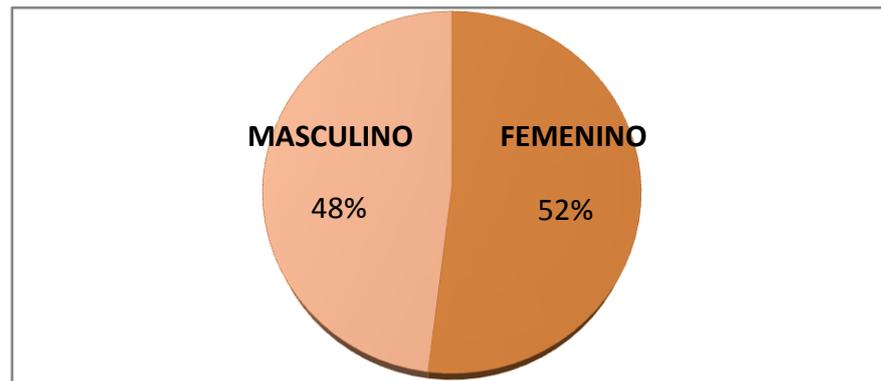
GÉNERO DE LOS TURISTAS

GÉNERO	NÚMERO	PORCENTAJE
MASCULINO	74	48%
FEMENINO	80	52%
TOTAL	154	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros.
Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

GRÁFICO N° 1

GÉNERO DE LOS TURISTAS



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros.
Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova

Interpretación: El 48% de los turistas encuestados son de género masculino y el 52% de turistas son de género femenino, concluyendo así que el género femenino tiene mayor porcentaje que el masculino en las visitas al cantón.

2. Seleccione su rango de edad

TABLA N° 2

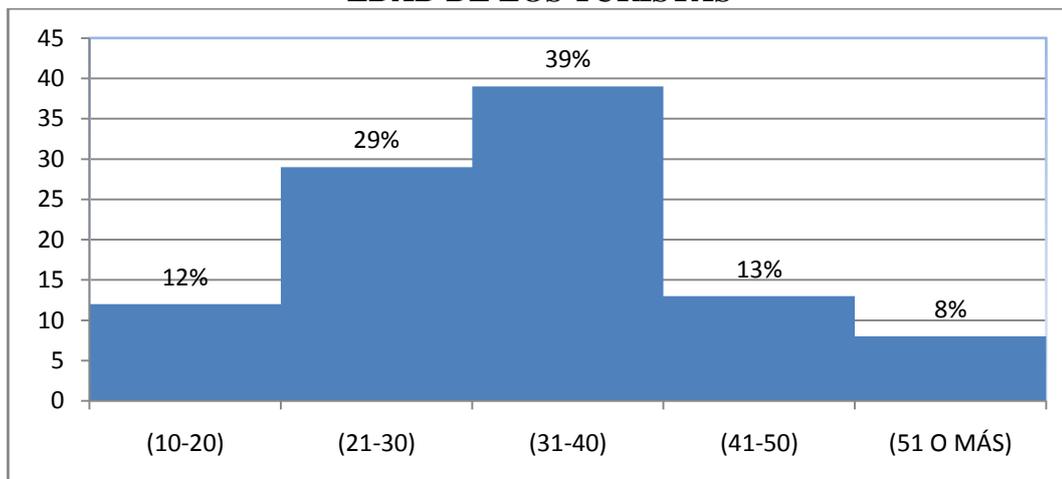
EDAD DE LOS TURISTAS

EDAD	NÚMERO	PORCENTAJE
10-20	18	12%
21-30	44	29%
31-40	60	39%
41-50	20	13%
51 O MÁS	12	8%
TOTAL	154	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros.
Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

GRÁFICO N° 2

EDAD DE LOS TURISTAS



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova

Interpretación: El 39% de los turistas tienen la edad de 31 a 40 años, el 29% de los turistas tienen la edad de 21 a 30 años, el 13% tienen la edad de 41 a 50 años, el 12% de los turistas tienen la edad de 10 a 20 años y el 8% de los turistas tienen la edad de 51 o más años, podemos concluir que el intervalo de edad de 31 a 40 años tiene el mayor porcentaje y el intervalo de 51 o más es el menor porcentaje de la edad de los turistas.

3. Instrucción

TABLA N° 3

NIVEL DE INSTRUCCIÓN

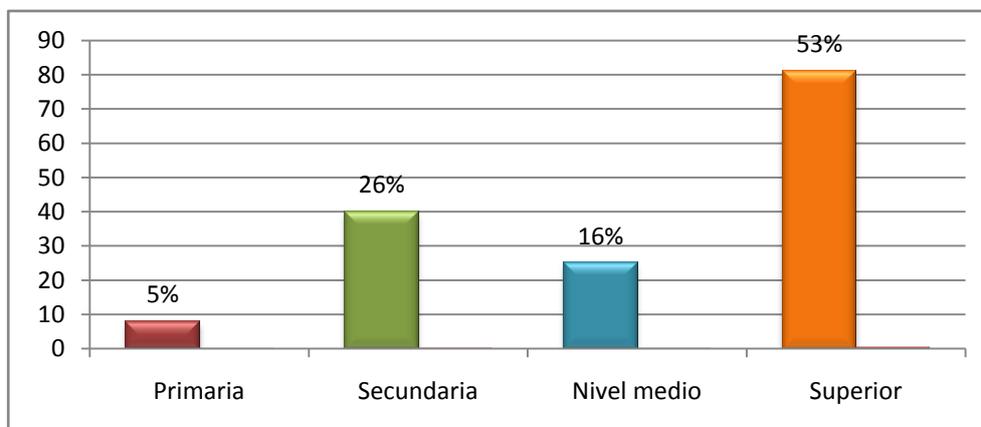
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Primaria	8	5%
Secundaria	40	26%
Nivel medio	25	16%
Superior	81	53%
TOTAL	154	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros.

Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

GRÁFICO N° 3

NIVEL DE INSTRUCCIÓN



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros

Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova

Interpretación: El 53% de los turistas tiene el nivel superior, el 26% de los turistas tienen el nivel de instrucción secundaria, el 16% tienen el nivel medio y el 5% tienen el nivel de primaria, concluyendo que el nivel de instrucción que tiene mayor porcentaje es el nivel superior y el de menor porcentaje es el nivel primario.

4. Nacionalidad?

TABLA N° 4

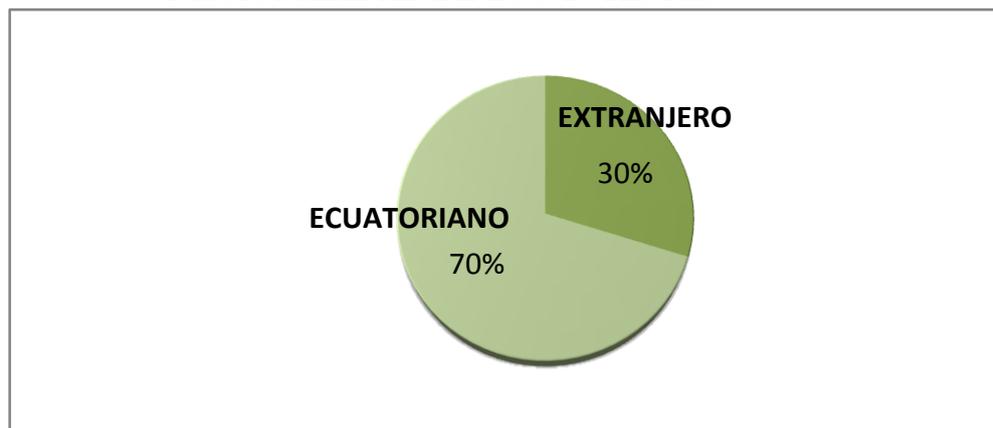
NACIONALIDAD DE LOS TURISTAS

NACIONALIDAD	NÚMERO	PORCENTAJE
Extranjero	46	30%
Ecuatoriano	108	70%
TOTAL	154	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros.
Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

GRÁFICO N° 4

NACIONALIDAD DE LOS TURISTAS



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova

Interpretación: El 70% de turistas es de nacionalidad ecuatoriana y el 30% es de nacionalidad extranjera, concluimos que los turistas de nacionalidad ecuatoriana son los que mayor visita tiene al cantón.

5. ¿Por qué motivo viaja usted?

TABLA N° 5

MOTIVO DE VIAJE

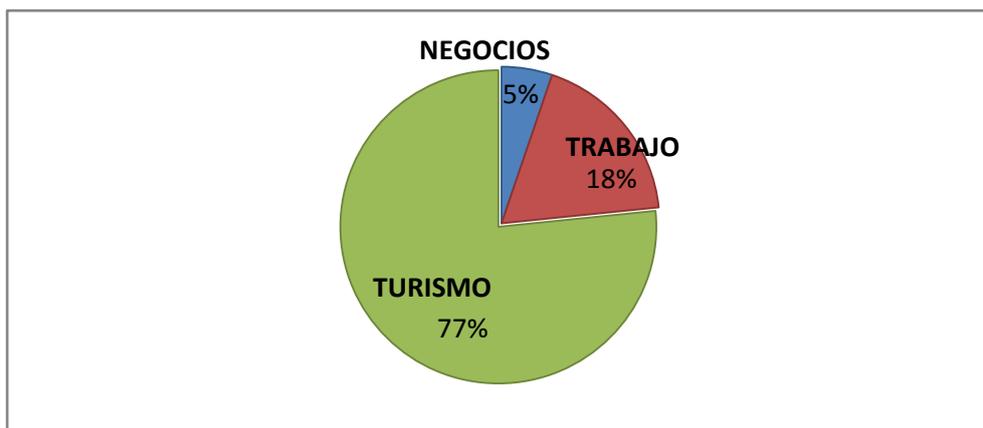
MOTIVOS	NÚMERO	PORCENTAJE
NEGOCIOS	8	5%
TRABAJO	28	18%
TURISMO	118	77%
TOTAL	154	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros.

Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

GRÁFICO N° 5

MOTIVO DE VIAJE DE LOS TURISTAS



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros

Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova

Interpretación: El 77% de los turistas viaja por motivo de turismo, el 18% de turistas viaja por motivo de trabajo y el 5% de turistas viaja por motivo de negocios, concluimos que el motivo de viaje que tienen los turistas es por turismo.

6. ¿Con quién viaja usted?

TABLA N° 6

USTED VIAJA

VIAJE	NÚMERO	PORCENTAJE
Solo	15	10%
En familia	60	39%
Con amigos	79	51%
TOTAL	154	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros.

Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

GRÁFICO N° 6

USTED VIAJA



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros

Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova

Interpretación: El 51 % de los turistas viajan con amigos, el 39% de los turistas viajan en familia y el 10% viajan solos, concluimos que los turistas para realizar sus viajes lo hacen con sus amigos.

7. ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar?

TABLA N° 7

TIPO DE TURISMO

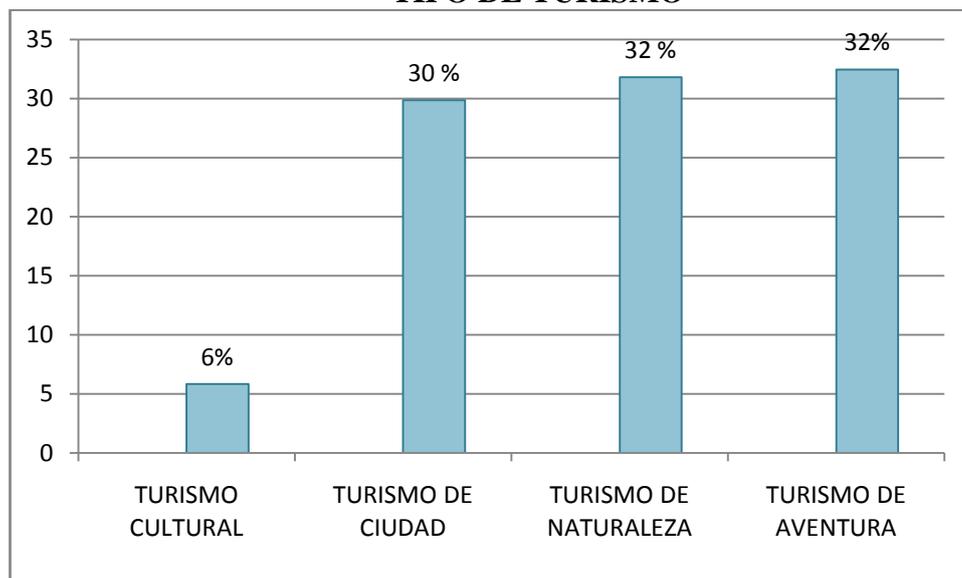
TIPO DE TURISMO	NÚMERO	PORCENTAJE
TURISMO CULTURAL	9	6%
TURISMO DE CIUDAD	46	30%
TURISMO DE NATURALEZA	49	32%
TURISMO DE AVENTURA	50	32%
TOTAL	154	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros.

Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

GRÁFICO N° 7

TIPO DE TURISMO



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros

Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova

Interpretación: El turismo de aventura y el turismo de naturaleza tienen el 32% de aceptación, el turismo de ciudad tiene el 30% y el turismo cultural tiene el 6% de popularidad entre los turistas, concluimos que el tipo de turismo que realizan los turistas el de mayor porcentaje es el turismo de aventura y el turismo de naturaleza.

8. ¿Qué medio de comunicación le permite conocer sitios turísticos?

TABLA N° 8

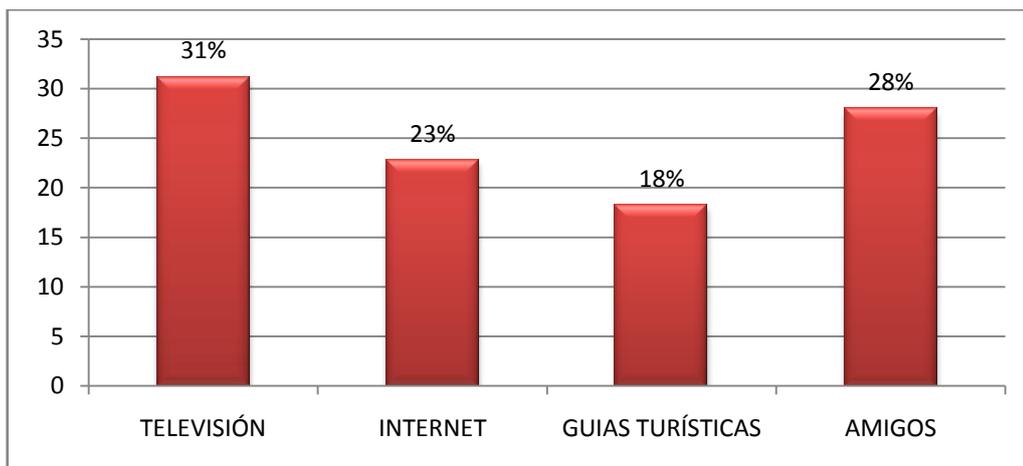
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
TELEVISIÓN	48	31%
INTERNET	35	23%
GUIAS TURÍSTICAS	28	18%
AMIGOS	43	28%
TOTAL	154	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros.
Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

GRÁFICO N° 8

MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova

Interpretación: Los turistas conocen los sitios turísticos a través de la televisión con el 31%, el 23% por medio del internet, el 28% por medio de amigos y el 18% por medio de guías turísticas, concluimos que el medio de comunicación por el cual los turistas se informan de los sitios turísticos que existen es por medio de la televisión.

9. ¿Qué actividades turísticas a usted le gustaría realizar en su visita al Parque Nacional Sangay?

TABLA N° 9

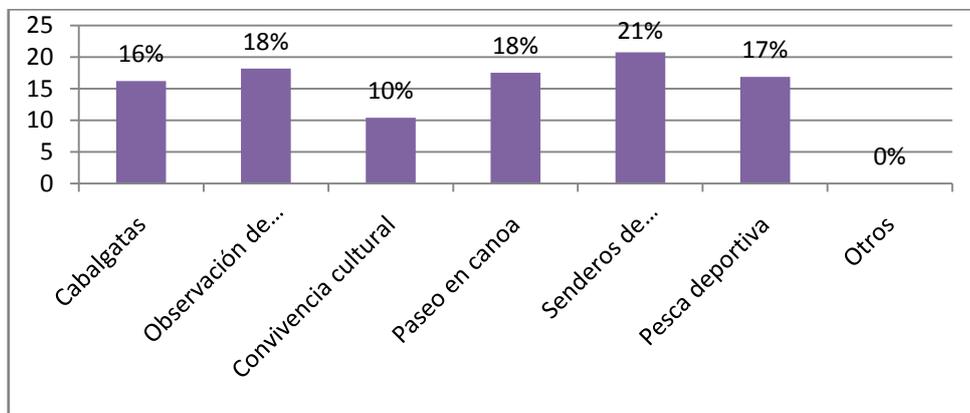
ACTIVIDADES TURÍSTICAS PREFERIDAS

ACTIVIDADES TURISTICAS	NÚMERO	PORCENTAJE
Cabalgatas	25	16%
Observación de Flora y fauna	28	18%
Convivencia cultural	16	10%
Paseo en canoa	27	18%
Senderos de bicicleta	32	21%
Pesca deportiva	26	17%
Otros	0	0%
TOTAL	154	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros.
Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

GRÁFICO N° 9

ACTIVIDADES TURÍSTICAS PREFERIDAS



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova

Interpretación: Los turistas cuando visitan el Parque Nacional Sangay una de las actividades que más les gusta realizar es el sendero de bicicleta con el 21%, mientras que el 18% prefieren realizar paseo en canoa y observación de flora fauna, el 17% pesca deportiva, el 16% cabalgatas, el 10% convivencia cultural.

10. ¿Durante su visita con qué servicios y facilidades turísticas le gustaría tener?

TABLA N° 10

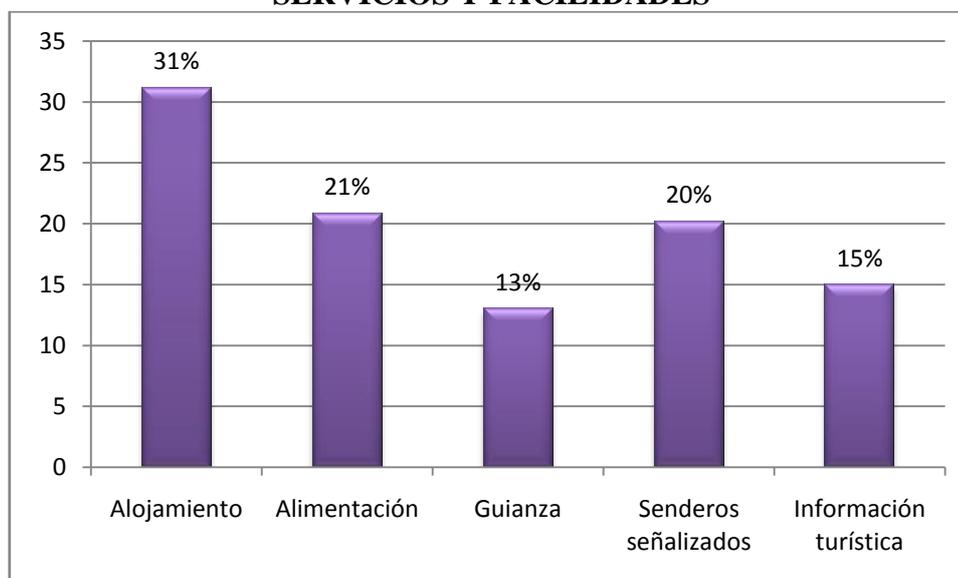
SERVICIOS Y FACILIDADES

SERVICIOS	NÚMERO	PORCENTAJE
Alojamiento	48	31
Alimentación	32	21
Guianza	20	13
Senderos señalizados	31	20
Información turística	23	15
TOTAL	154	100

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros.
Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

GRÁFICO N° 10

SERVICIOS Y FACILIDADES



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova

Interpretación: Los turistas en su mayoría requieren contar el servicio de alojamiento con el 31%, seguido por la alimentación con el 21%, los senderos señalizados con el 20%, el servicio de información turística con el 15%, y 13% guianza.

11. ¿Cuál sería su promedio de gasto diario durante su visita al Parque Nacional Sangay?

TABLA N° 11

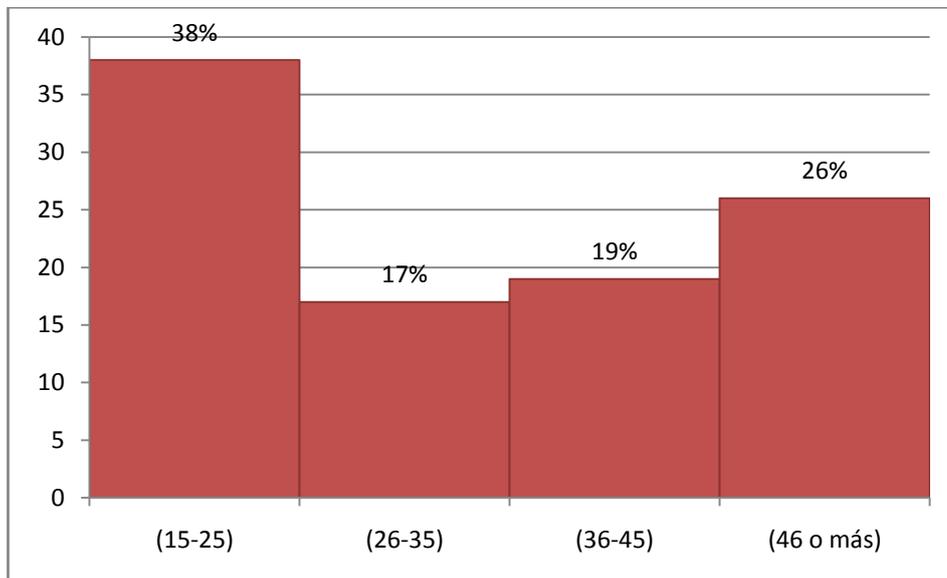
GASTO DE DINERO

PRESUPUESTO	NÚMERO	PORCENTAJE
15-25	58	38%
26-35	26	17%
36-45	30	19%
46 o más	40	26%
TOTAL	154	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros.
Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

GRÁFICO N° 11

GASTO DE DINERO



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova

Interpretación: El 38% de los turistas están dispuestos a gastar de 15 a 25 dólares, el 26% de los turistas de 46 dólares o más, el 19% de los turistas de 36 a 40 dólares y el 17 % de turistas de 26 – 35dólares.

12. ¿Su estancia promedio sería?

TABLA N° 12

ESTANCIA

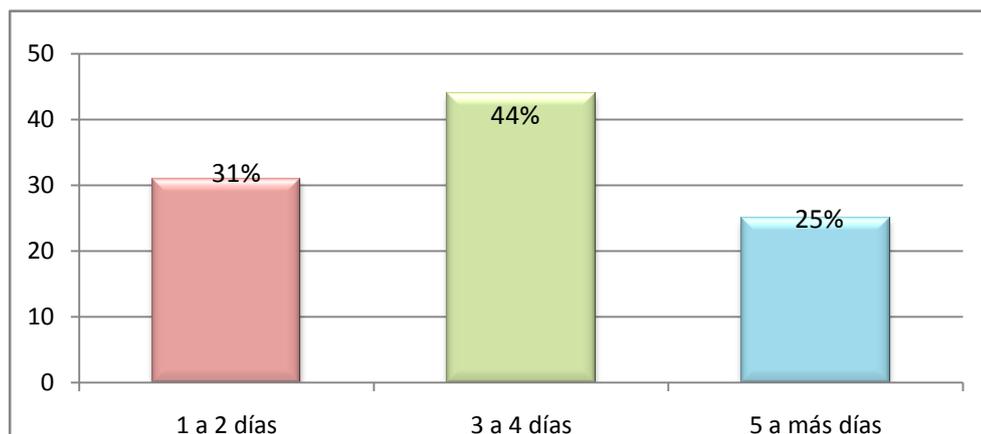
PERMANENCIA	NÚMERO	PORCENTAJE
1 a 2 días	48	31%
3 a 4 días	68	44%
5 a más días	38	25%
TOTAL	154	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros.

Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

GRÁFICO N° 12

ESTANCIA



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros

Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova

Interpretación: El 68% de los turistas están dispuestos a permanecer de 3 a 4 días, el 48% de 1 a 2 días, mientras que el 38% de los turistas están dispuestos a permanecer en el lugar de 5 a más días.

13. ¿Piensa usted que al implementar un plan de desarrollo turístico sostenible para el cantón Guamote se puede generar nuevas alternativas de turismo que contribuyan al desarrollo turístico?

TABLA N° 13

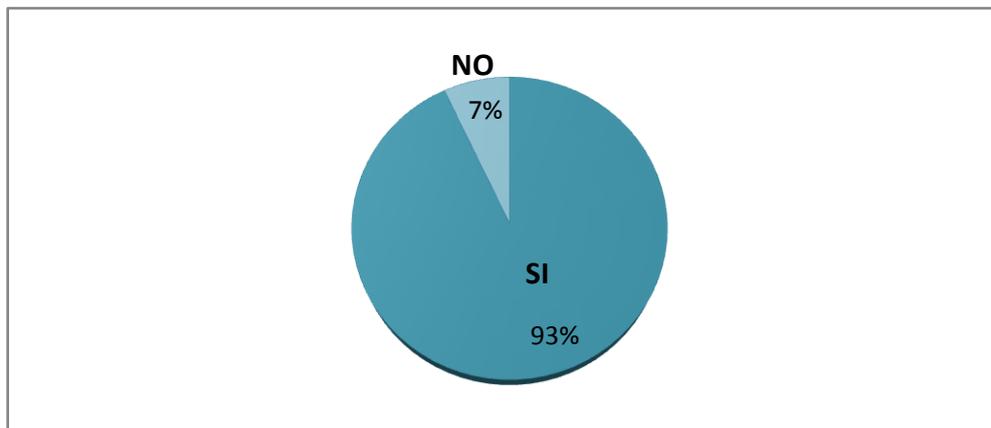
IMPLEMENTACIÓN DE ALTERNATIVAS TURÍSTICAS

OPINIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	142	93%
NO	12	7%
TOTAL	154	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros.
Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

GRÁFICO N° 13

IMPLEMENTACIÓN DE ALTERNATIVAS TURÍSTICAS



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova

Interpretación: El 93% de los turistas están de acuerdo que se implemente nuevas alternativas turísticas para el desarrollo turístico sostenible del cantón Guamote, pero el 7% de los turistas no están de acuerdo que se implemente nuevas alternativas turísticas.

3.1. DIAGNÒSTICO:

3.1.1 SOCIO ECONÓMICO DEL CANTÓN GUAMOTE

a. Localización

Se encuentra localizado en la parte central del callejón interandino, a 50 km. de Riobamba, entre ríos como el que da el nombre al cantón y está rodeada por montes, mesetas y valles. Por la cabecera cantonal atraviesa la vía Panamericana que conduce a la provincia del Azuay. Sus límites son:

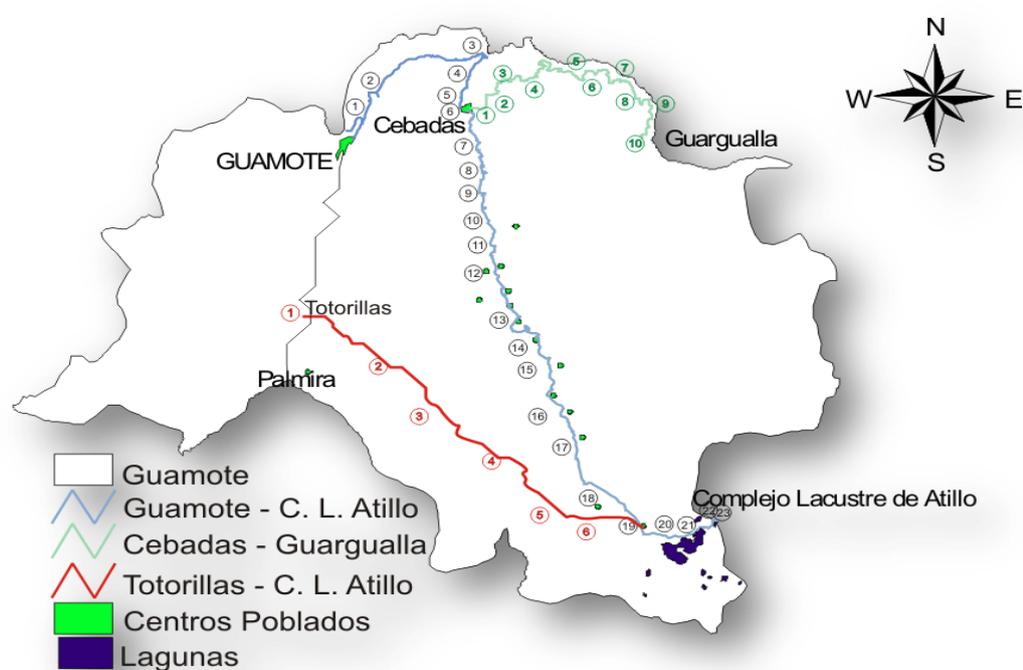
Al Norte: los cantones Colta y Riobamba,

Al Sur: el cantón Alausí,

Al Este: la provincia de Morona Santiago, y

Al Oeste: el cantón Pallatanga.

Mapa de Ubicación y localización del cantón Guamote



Fuente: CODECH
Elaborado: Vanesa Jara Córdova.

b. Ubicación Geográfica

Abarca un territorio de 1.223, 3 Km² (INEC), que representa el 18.9% de la extensión territorial provincial, constituyendo el segundo cantón más extenso de los que integran la provincia.

Altitud: zona baja: 2600 m.s.n.m.

zona alta: 4500 m.s.n.m.

Latitud: entre 1^o 51' a 2^o 15' Sur

Longitud: entre 78^o 23' a 78^o 50' Occidente

c. Características Climáticas.

El clima es: Invierno húmedo frío, (Octubre – Mayo)
Verano cálido seco y ventoso (Junio – Septiembre)

Temperatura media: 13. 7^o C.

Precipitación media: 681.3 mm.

Velocidad del viento: 11.4 m/s.

Nubosidad: 3.1 horas/día

Humedad Relativa: 96.8%

d. Clasificación Ecológica.

1.- Las formaciones ecológicas predominantes del cantón son:

Bosque Seco Montano Bajo (1.500 a2.500 m.s.n.m.),

Bosque Húmedo Montano (2.500 a3400 m.s.n.m.), y

Páramo Subalpino (sobre los 3500 m.s.n.m).

2.- La segunda formación ecológica es la zona de mayor asentamiento indígena – campesino, y por tanto la de uso intensivo del suelo.

e. Población

Según el censo del 2010 la población de Guamote es de 45.153 habitantes la misma que se detalla a continuación:

Cantones	Hombres	%	Mujeres	%	Total
Guamote	22.179	10,1%	22.974	9,6%	45.153

Total	Urbano	Rural	Viviendas**	Razón niños mujeres **	Analfabetismo	Edad promedio
45.153	2.648	42.505	14.555	569,1	20,1%	25

Fuente: INEC – Censo 2010

d. Características del suelo

Presenta una topografía irregular debido a la influencia de las cordilleras Central y Occidental de los Andes. La mayor parte de los territorios del cantón presentan pendientes pronunciadas, que en algunos casos sobrepasan el 50%. Las tierras de las comunidades tienen pendientes superiores al 15%, lo que constituye una de las principales causas de la erosión junto a la acción fluvial, especialmente en la cuenca del río Cebadas.

e. División político-administrativa

El cantón Guamote está integrado por tres parroquias: la Matriz que lleva su mismo nombre (urbana), con 54 comunidades, 5 asociaciones, 1 cooperativa y 7 barrios; la parroquia Cebadas (rural), con 19 comunidades, 10 asociaciones, 1 cooperativa y una junta parroquial, siendo la más extensa y menos poblada, finalmente la parroquia Palmira (rural), históricamente conocida como Chuctus e integrada por 23 comunidades, 9 asociaciones, 2 cooperativas y una junta parroquial.

f. Servicios básicos disponibles

- ✓ Agua entubada dentro de la vivienda: 9%.
- ✓ Energía eléctrica 80,67%.

- ✓ Servicio telefónico 5,46%,
- ✓ Sistema de recolección de basura 7,15%.

En síntesis, el déficit de servicios residenciales básicos alcanza al 95,14% de viviendas

g. Actividades Económicas

La población económicamente activa, PEA, del cantón asciende al 52.6% del total; una proporción significativa de esta población (82.6 %) se ubica en actividades relacionadas con el sector agropecuario y forestal. Dentro de la distribución sectorial del empleo, le sigue en importancia al sector primario las actividades relacionadas con la industria, el comercio y los servicios.

h. Socio-demografía de la población

Una característica socio-demográfica del cantón, es la coexistencia de los grupos poblacionales pertenecientes a la Nacionalidad Kichwa descendientes del pueblo Puruha con la población blanco-mestiza. El primer grupo abarca aproximadamente el 90% del poblado total cantonal, que en su mayoría son bilingües (kichwa-castellano), y el porcentaje restante corresponde a la población blanco-mestiza, asentada en gran medida, en la cabecera cantonal.

3.1.2 DIAGNÓSTICO CULTURAL Y TURÍSTICO

Para el cantón Guamote, turismo cultural es una de las motivaciones principales para descubrir o conocer otra cultura, por ello se hace necesario que Guamote cuente con productos turísticos complementarios que ayude a vender de mejor manera todos los atractivos turísticos culturales que tiene el cantón y en sí, ser responsables directos de la satisfacción que tenga el visitante al visitar Guamote.

Los prestadores de servicios turísticos, desempeñan un papel muy especial dentro de la actividad turística; de ello, que es importante que den lo mejor de sí, para ofertar servicios de calidad y hacer de Guamote uno de los atractivos más importantes de la provincia y país.

3.1.3 INVENTARIO, VALORACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS CON POTENCIAL TURÍSTICO

Los atractivos turísticos proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas de desarrollo turístico. (CODECH).

FOTOGRAFÍA N° 1 COMPLEJO LACUSTRE ATILLO



Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Ambiente Lacustre

Subtipo: Lagunas

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: Cebadas

Altitud: 3410 – 3480 m.s.n.m.

Latitud: Este 777491

Norte 9759191

c. Características

- Calidad del agua

El agua de las lagunas Atillo, Cuyug a simple vista son transparentes y cristalinas y su temperatura es de 140C.; el agua de la laguna Negra es oscura y de diferente color según las condiciones climáticas, pues varía entre negro y verde, esto debido a un fenómeno que no se ha identificado y su temperatura es de 13 0C.

- Flora y Fauna

Este bello escenario alberga una diversidad de especies de flora y fauna, ya que es parte de la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Sangay, así como también es poseedor de algunas riberas que son afluentes de importantes corrientes de agua, como el río Upano que se origina de la laguna Negra.

CUADRO N° 2 FLORA REPRESENTATIVA

Nombre Común	Familia	Nombre Científico	Usos
Pantza o Yagual	Rosaceae	<u><i>Polylepisincana</i></u>	Maderable
Calaguala	Asteraceae	<u><i>Polypodium calaguala</i></u>	Medicinal
Chuquiragua	Asteraceae	<u><i>Chuquiragajussieui</i></u>	Medicinal
Mortiño	NI	<u><i>Vaccinium floribundum</i></u>	Alimenticia
Valeriana	Valerianaceae	<u><i>Valeriana mycophylla</i></u>	Medicinal
Taruga rinri	Asteraceae	<u><i>Wernerianubigena</i></u>	Ornamental
Arquitecto	NI	<u><i>Calcitium reflexion.</i></u>	Ornamental
Caballo chupa	Equisetácea	<u><i>Equisetumbogotense</i></u>	Ornamental
Achicoria Blanca	Asteraceae	<u><i>Hypochaerissonchoides</i></u>	Medicinal
Pumamaqui	Araliacaea	<u><i>Oreopanaxecuadorensis</i></u>	Maderable
Ashpa Chocho	Fabaceae	<u><i>Lupinus pubescens</i></u>	Ornamental
Paja	Poaceae	<u><i>Stipaichu</i></u>	Alimento animal
Cachos de Venado	Gentianeaceae	<u><i>Halenia weddeliana</i></u>	Ornamental
Almohadilla	NI	<u><i>Azorella pedunculata</i></u>	Ornamental
Taraxaco	NI	<u><i>Taraxacum officinale</i></u>	Medicinal
Achupalla	NI	<u><i>Puya sp.</i></u>	Ornamental
Quishuar	Buddlejaceae	<u><i>Buddleja incana</i></u>	Maderable

CUADRO N° 3 FAUNA REPRESENTATIVA

MAMÍFEROS		
Nombre Común	Familia	Nombre Científico
Lobo	Canidae	<u><i>Pseudalopex culpaeus.</i></u>
Conejo Silvestre	Leporidae	<u><i>Sylvilagus brasiliensis</i></u>
Venado	Cervidae	<u><i>Odocoileus virginianus</i></u>
Ratón de páramo	Cricetidae	<u><i>Oryzomys sp.</i></u>

AVES		
Nombre Común	Familia	Nombre Científico
Pato silvestre	Anatidae	<i>Anasflavirostri</i>
Mirlo	NI	<i>Turdusfuscater</i>
Tórtola	NI	<i>Zenaida auriculata</i>
Curiquingue	Falconidae	<i>Phalcoboenuscarunculatus</i>
Guarro	NI	<i>Buteopolyosoma</i>
Gli-gli	Charadriidae	<i>Vanellusresplendens</i>
Quilico	Falconidae	<i>Falco sparverius</i>
Perdiz	NI	<i>NI</i>

PECES			
Nombre Común	Familia	Nombre Científico	Usos
Truchas	Centrarquidae	<i>NI</i>	Alimenticia

- Descripción del paisaje

Complejo lacustre constituido por un sinnúmero de lagunas de diferente tamaño, las más representativas son: laguna Negra, Cuyug y Atillo de las cuales se teje leyendas que imponen respeto a quienes la visitan, éstas se encuentra rodeadas de picos y riscos, así como también de extensas áreas de pajonales con riachuelos y caídas de agua, facilitando el desarrollo de las actividades agropecuarias y piscícolas que practican los pobladores, quienes sumados a la diversidad de especies de flora y fauna constituyen los guardianes de tan bello escenario.

- Descripción de riberas

Este sitio se caracteriza porque sus riachuelos y caídas de agua descienden de los páramos, entre las más importantes tenemos: Cuyug, Iguan, Mojón, Chabillan, Cachi, etc., éstos alimentan las lagunas así como también son afluentes del río atillo y cebadas. Su particularidad es que albergan truchas que sirven de alimento para pobladores locales y turistas que disfrutan de la pesca deportiva.

- Actividades varias

Actualmente en el complejo se realizan trekking, visita a las lagunas, pesca deportiva, fotografía del paisaje. Se sugiere sumar actividades como: observación de aves, conocimiento de plantas medicinales, investigación, camping, cabalgatas.

d. Estado de Conservación

Alterado, ya que el ecosistema y su hábitat natural no se mantiene en su estado inicial debido a las múltiples actividades ocasionadas por el ser humano, atentando contra la integridad física del recurso.

e. Estado del Entorno

En proceso de deterioro, ya que actividades como: introducción de especies exóticas, construcción de la carretera Cebadas – Macas, presencia de basura, residuos de aceites de la constructora a cargo de la carretera y quema excesiva del páramo, hacen que el ambiente físico-biológico y socio-cultural adopten conductas que perjudiquen al entorno del recurso.

f. Infraestructura Vial y de Acceso

Al complejo lacustre Atillo ubicado a 63 km. de la cabecera cantonal podemos llegar a través de la carretera de segundo orden, lastrada, que se encuentra en construcción, misma que une a la serranía con el oriente disfrutando de la belleza natural que ofrece la zona de amortiguamiento del Parque y a la vez permite la circulación de las unidades de transporte Unidos, que tiene una frecuencia diaria.

g. Facilidades Turísticas

Las facilidades para visitar el recurso son limitadas, pues existe una señalización que indica el nombre del recurso y la distancia al mismo, contruidos con materiales que atentan la armonía de la naturaleza, así como también un restaurante que ofrece servicio de alojamiento, alimentación y esparcimiento, mismo que no cuenta con categoría.

h. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta la comunidad son escasos e inadecuados pues el agua que consumen proviene de una vertiente natural, no existe un sistema eléctrico adecuado, así como tampoco cuentan con un sistema de tratamiento de desechos, la telecomunicación es escasa y las vías de acceso eventualmente son obstruidas por derrumbes.

i. Difusión del Atractivo

Por las características del recurso, la afluencia de visitantes, la participación de las instituciones en ferias-eventos y los materiales que permiten la promoción del sitio hace que su difusión sea Nacional.

FOTOGRAFÍA N° 2

CUEVA DEL LUTERANO



Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Fenómenos Espeleológicos

Subtipo: Cuevas

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: La Matriz

Altitud: 3063 m.s.n.m.

Latitud: Este 753630

Norte 9786490

c. Características

Cueva natural rodeada de vegetación silvestre que desde hace 400 años se la conoce con este nombre, sitio donde nace la leyenda del Luterano, que narra lo siguiente: “Observando un día aquel peregrino que pasaba mucha gente desde la mañana hasta la tarde, le hizo novedad y pregunto dónde iban, diciéndole que a Riobamba, por ver las solemnes fiestas de ocho días, que anualmente se hacían en obsequio de su patrono principal y titular San Pedro. Siguiendo a la misma gente, entró a la villa el primer día de fiesta, en que no se hacía otra cosa que la misa cantada con panegírico en la iglesia principal, confuso en la multitud de forestares entró en la iglesia, sin ser conocido de ninguno y se puso muy cerca del altar mayor, donde se cantaba la misma con asistencia de gran concurso. Oyó el panegírico, y prosiguió oyendo la misa, muy cerca del que la decía, hasta el tiempo de la consagración. Levantándose entonces, agitado de todas las infernales furias, se abalanzo a la hostia al tiempo de elevarla el sacerdote y la hizo pedazos. A pesar de que observaron los asistentes el sacrilegio atentado y la turbación de los sacerdotes del altar, revestidos del celo de religión, los cabildantes que tenían cercano su asiento, sacaron todas sus espadas y le dieron tantas heridas, que cayó muerto cerca del mismo altar. Dicen no derramó ni una gota de sangre dentro de la iglesia, más al salir de la misma se desangró, atado y arrastrado a la cola de un caballo, fue arrojado su cuerpo a un distante campo, siendo reducido luego a cenizas” (RODRIGUEZ, Guamote Ayer y Hoy).

- Dimensiones y conformación geológica

La cueva no es grande ya que alcanza 2.5 m de altura, 2 m de ancho y 3.5 m de profundidad, está formado por piedra blanca, en la superficie encontramos arena y residuo de piedras.

- Minerales predominantes

Encontramos piedra blanca o caliza y roca arcillosa, materiales típicos de la zona, que destacan el recurso en la montaña cubierta parcialmente de vegetación.

- Longitudes recorribles sin peligro

Es evidente que al encontrarnos con una cueva poco profunda el recorrido no supone algún peligro, esto nos indica que los visitantes pueden disfrutar de la leyenda palpando el sitio en cual éste ermitaño habitó.

- Facilidades de visita

El ascenso a la montaña del Luterano por el sendero natural en forma de zig-zag no conlleva mayor riesgo, pues debemos contar con zapatos de trekking ya que en la superficie encontramos piedras diminutas, ya en la cueva no necesitamos equipo específico.

- Actividades varias

Actualmente en la cueva se realiza: trekking e interpretación de la leyenda. Se sugiere sumar actividades como: observación de aves, fotografía del paisaje, cabalgatas.

d. Estado de Conservación

Alterado, por cuanto el ecosistema y su hábitat natural no se mantienen en su estado inicial debido al desinterés que el gobierno seccional e instituciones provinciales suscitan, atentando contra la integridad física del recurso.

e. Estado del Entorno

En proceso de deterioro, ya que actividades como: introducción de especies exóticas, presencia de basura, hacen que el ambiente físico-biológico y socio-cultural adopten conductas que perjudiquen al entorno del recurso.

f. Infraestructura Vial y de Acceso

A la cueva del Luterano podemos llegar a través de la carretera de primer orden, asfaltada, posteriormente continuamos por una vía de segundo orden, lastrada, finalmente ascendemos por un sendero natural inadecuado, que nos permite visitar el recurso. Servicio de transporte brinda la cooperativa Guamote, que tiene una frecuencia diaria.

g. Facilidades Turísticas

Las facilidades para visitar el recurso son limitadas, pues existe una señalización que indica el nombre del recurso y la distancia al mismo, construidos con materiales que atentan la armonía de la naturaleza, así como también sitios en la

cabecera cantonal que ofrecen servicio de alojamiento, alimentación y esparcimiento, algunos no cuenta con categoría.

h. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta la cabecera cantonal pueden ser mejorados con la predisposición del municipio de la localidad.

i. Difusión del Atractivo

A pesar de contar con un recurso de importantes características, su difusión es Local, debido al desinterés de potenciar el mismo.

FOTOGRAFÍA N° 3

MIRADOR MIRA LOMA



Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Montaña

Subtipo: Mirador

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: La Matriz

Altitud: 3770 m.s.n.m.

Latitud: Este 749856

Norte 9788909

c. Características

- Morfología

Mirador natural que se encuentra en la montaña Mira Loma, su forma es semi-ovoide y la cumbre es plana, constituida por tierra negra utilizada en actividades agrícolas.

- Descripción del paisaje

Ascender la montaña supone una aventura única ya que podemos observar como pobladores de comunidades indígenas trabajan la tierra, ayudados de sus familias, pues este sector se caracteriza por ser un área de mayor producción agrícola; encontramos extensas áreas de pajonales y finalmente en condiciones climáticas favorables contemplamos nevados y volcanes como: el Sangay, El Altar, el Tungurahua y el Chimborazo.

- Flora y fauna

Este importante recurso alberga una diversidad de especies de flora y fauna, los más importantes son:

CUADRO N° 4 FLORA REPRESENTATIVA

Nombre Común	Familia	Nombre Científico	Usos
Pantza o Yagual	Rosaceae	<i>Polylepisincana</i>	Maderable
Calaguala	Asteraceae	<i>Polypodium calaguala</i>	Medicinal
Chuquiragua	Asteraceae	<i>Chuquiragajussieui</i>	Medicinal
Mortíño	NI	<i>Vaccinium floribundum</i>	Alimenticia
Valeriana	Velerianaceae	<i>Valeriana mycophylla</i>	Medicinal
Diente de León	Asteraceae	<i>Taraxacum officinale</i>	Medicinal
Arquitecto	NI	<i>Calcitium reflexion.</i>	Ornamental
Paja	Poaceae	<i>Stipaichu</i>	Alimento animal
Cachos de Venado	Gentianeceae	<i>Halenia weddeliana</i>	Ornamental
Tipillo	NI	<i>Bistropogon mollis</i>	Medicinal
Taraxaco	NI	<i>Taraxacum officinale</i>	Medicinal

CUADRO N° 5 FAUNA REPRESENTATIVA

MAMÍFEROS		
Nombre Común	Familia	Nombre Científico
Lobo	Canidae	<i><u>Psudalopexculpaeus.</u></i>
Conejo silvestre	Leporidae	<i><u>Sylvilagusbrasiliensis</u></i>
Ratón de páramo	Cricetidae	<i><u>Oryzomyssp.</u></i>

AVES		
Nombre Común	Familia	Nombre Científico
Mirlo	NI	<i><u>Turdusfuscater</u></i>
Tórtola	NI	<i><u>Zenaida auriculata</u></i>
Curiquingue	Falconidae	<i><u>Phalcoboenuscarunculatus</u></i>
Guarro	NI	<i><u>Buteopolyosoma</u></i>

- Actividades varias

Esporádicamente en la montaña se realiza trekking. Se sugiere sumar actividades como: observación de aves, fotografía del paisaje, cabalgatas y experiencias de turismo comunitario.

d. Estado de Conservación

Deteriorado, ya que el ecosistema y su hábitat natural ha desaparecido debido a las múltiples actividades ocasionadas por el ser humano, atentando contra la integridad física del recurso.

e. Estado del Entorno

En proceso de deterioro, ya que actividades como: frontera agrícola, principalmente; introducción de especies exóticas; presencia de basura, hacen que el ambiente físico-biológico y socio-cultural adopten conductas que perjudiquen al entorno del recurso.

f. Infraestructura Vial y de Acceso

A la montaña Mira Loma podemos llegar a través de la carretera de primer orden, asfaltada, posteriormente continuamos por una vía de segundo orden, lastrada, finalmente ascendemos por un sendero inadecuado, que nos permite visitar el recurso. Servicio de transporte brinda la cooperativa Guamote, que tiene una frecuencia diaria.

g. Facilidades Turísticas

Las facilidades para visitar el recurso no existe, en la cabecera cantonal encontramos sitios que ofrecen servicio de alojamiento, alimentación y esparcimiento, algunos no cuentan con categoría.

h. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta la cabecera cantonal pueden ser mejorados con la predisposición del municipio de la localidad.

i. Difusión del Atractivo

A pesar de contar con un recurso de características extraordinarias, su difusión es Local, debido al desinterés de potenciar el mismo.

FOTOGRAFÍA N° 4

DUNAS DE ARENA



Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Desiertos

Subtipo: Dunas

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: Palmira

Altitud: 3260 m.s.n.m.

Latitud: Este 749563

c. Características

- Área y morfología

Área que alcanza aproximadamente 1 ha, el suelo es arenoso, rocoso con piedrecillas de colores claros, la vegetación insípida de mediana altura hacen del recurso un escenario muy particular.

- Ubicación

En la comunidad San Miguel de Pomachaca localizamos las dunas de arena que se encuentran entre dos montañas de mediana altura formando un cañón por donde pasa el viento con mayor vigor.

- Flora y fauna

Este importante recurso alberga especies de flora y fauna, típicas de su hábitat, son:

CUADRO N° 6 FLORA REPRESENTATIVA

Nombre Común	Familia	Nombre Científico	Usos
Calaguala	Asteraceae	<i>Polypodium calaguala</i>	Medicinal
Yachackilapo	Asteraceae	<i>Bidensandinum</i>	Medicinal
Zig-zig	Poaceae	<i>Cortadeira cubata steud</i>	Ornamental
Diente de León	Asteraceae	<i>Taraxacumofficinale</i>	Medicinal
Tieza	NI	<i>NI</i>	NI
Ashpa Chocho	Fabaceae	<i>Lupinuspubescens</i>	Ornamental
Paja	Poaceae	<i>Stipaichu</i>	Alimento animal
Taraxaco	NI	<i>Taraxacumofficinale</i>	Medicinal

CUADRO N° 7 FAUNA REPRESENTATIVA

MAMÍFEROS		
Nombre Común	Familia	Nombre Científico
Lobo	Canidae	<i>Psudalopexculpaeus.</i>
Conejo Silvestre	Leporidae	<i>Sylvilagusbrasiliensis</i>

AVES		
Nombre Común	Familia	Nombre Científico
Mirlo	NI	<i>Turdusfuscater</i>
Curiquingue	Falconidae	<i>Phalcoboenuscarunculatus</i>
Guarro	NI	<i>Buteopolyosoma</i>
Gli-gli	Charadriidae	<i>Vanellusresplendens</i>
Quilico	Falconidae	<i>Falco sparverius</i>
Perdiz	NI	<i>NI</i>

- Descripción del paisaje

Visitar esta área invita a maravillarse con una serie de montículos de arena de gran tamaño formando un graderío gigante, acompañado de vegetación y un silencio total, permitiéndonos escuchar con gran facilidad el trinar de las aves y el paso del viento.

- Actividades varias

Actualmente en las dunas de arena no se realiza actividades. Se sugiere desarrollar trekking, observación de aves, fotografía del paisaje, cabalgatas.

d. Estado de Conservación

En proceso de deterioro, ya que el ecosistema y su hábitat natural ha desaparecido debido a las múltiples actividades ocasionadas por el ser humano y la misma naturaleza, atentando contra la integridad física del recurso.

e. Estado del Entorno

En proceso de deterioro, ya que actividades como: introducción de especies exóticas, principalmente; y frontera agrícola hacen que el ambiente físico-biológico y socio-cultural adopten conductas que perjudiquen al entorno del recurso.

f. Infraestructura Vial y de Acceso

A las Dunas de Arena podemos llegar a través de la carretera de primer orden, asfaltada, posteriormente continuamos por una vía de segundo orden, lastrada, finalmente descendemos por un sendero improvisado, que nos permite visitar el

recurso. Servicio de transporte brinda las cooperativas que circulan en la panamericana sur, vía al Azuay, tiene frecuencia diaria.

g. Facilidades Turísticas

Las facilidades para visitar el recurso no existe, en la cabecera cantonal encontramos sitios que ofrecen servicio de alojamiento, alimentación y esparcimiento, algunos no cuentan con categoría.

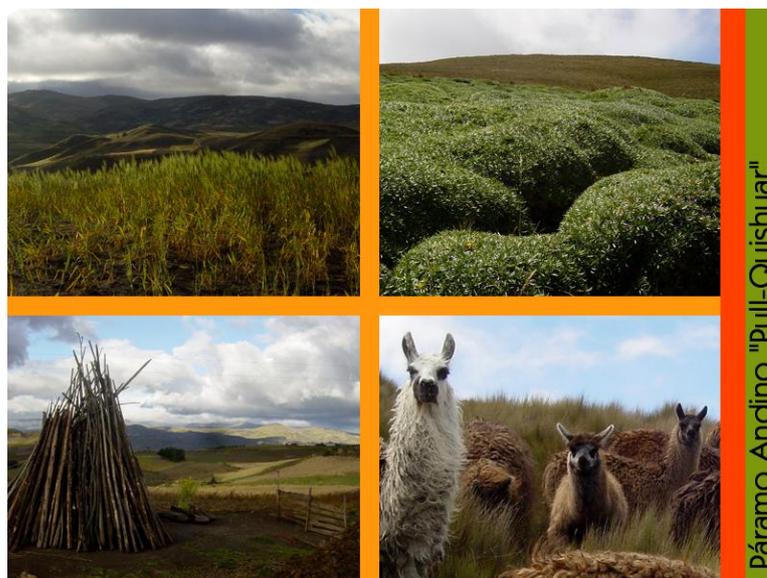
h. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta la cabecera cantonal pueden ser mejorados con la predisposición del municipio de la localidad, ya que son insuficientes para atender las necesidades de los visitantes.

i. Difusión del Atractivo

A pesar de contar con un recurso de características extraordinarias, su difusión es Local, debido al desinterés de potenciar el mismo.

FOTOGRAFÍA N° 5



PÁRAMO PULL - QUISHUAR

Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Bosques

Subtipo: Páramo

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: La Matriz

Altitud: 3840 - 4120 m.s.n.m.

c. Características

- Ubicación y extensión

En la comunidad Pull – Quishuar encontramos una área que alcanza 466 ha de páramo que pertenece a la Asociación de Pobladores de la misma comunidad.

- Flora y fauna

Este importante ecosistema alberga una diversidad de especies de flora y fauna, típicas de su hábitat, los más importantes son:

CUADRO N° 8 FLORA REPRESENTATIVA

Nombre Común	Familia	Nombre Científico	Usos
Pantza o Yagual	Rosaceae	<i>Polylepisincana</i>	Maderable
Calaguala	Asteraceae	<i>Polypodium calaguala</i>	Medicinal
Chuquiragua	Asteraceae	<i>Chuquiragajussieui</i>	Medicinal
Mortiño	NI	<i>Vacciniumfloribundum</i>	Alimenticia
Valeriana	Velerianaceae	<i>Valeriana mycrophylla</i>	Medicinal
Taruga rinri	Asteraceae	<i>Wernerianubigena</i>	Ornamental
Arquitecto	NI	<i>Calcitiumreflexion.</i>	Ornamental
Caballo chupa	Equisetácea	<i>Equisetumbogotense</i>	Ornamental
Pumamaqui	Araliacaea	<i>Oreopanaxecuadorensis</i>	Maderable
Ashpa Chocho	Fabaceae	<i>Lupinuspubescens</i>	Ornamental
Paja	Poaceae	<i>Stipaichu</i>	Alimento animal
Cachos de Venado	Gentianeceae	<i>Haleniaweddeliana</i>	Ornamental
Almohadilla	NI	<i>Azorellapedunculata</i>	Ornamental
Taraxaco	NI	<i>Taraxacumofficinale</i>	Medicinal
Achupalla	NI	<i>Puya sp.</i>	Ornamental
Quishuar	Buddlejaceae	<i>Buddlejaincana</i>	Maderable
Chilca	Asterácea	<i>Bacharisfloribunda</i>	Ornamental

Yachackilapo	Asteráceas	<i>Bidensandinum</i>	Medicinal
Orejas de conejo	Asteráceas	<i>Seneciocanescens</i>	Ornamental
Oca silvestre	Oxalidáceas	<i>Oxalissp.</i>	Alimenticia
Siempre viva	Crasuláceas	<i>Echeveriasp.</i>	Ornamental

CUADRO N° 9 FAUNA REPRESENTATIVA

MAMÍFEROS		
Nombre Común	Familia	Nombre Científico
Lobo	Canidae	<i>Psudalopexculpaeus.</i>
Conejo Silvestre	Leporidae	<i>Sylvilagusbrasiliensis</i>

AVES		
Nombre Común	Familia	Nombre Científico
Mirlo	NI	<i>Turdusfuscater</i>
Curiquingue	Falconidae	<i>Phalcoboenuscarunculatus</i>
Guarro	NI	<i>Buteopolyosoma</i>
Gli-gli	Charadriidae	<i>Vanellusresplendens</i>
Quilico	Falconidae	<i>Falco sparverius</i>
Perdiz	NI	<i>NI</i>
Colibrí	Trochilidae	<i>Oreotrochillusstella</i>
Golondrina	NI	<i>Streptoprochezonaris</i>

- Descripción del paisaje

Recorrer esta amplia extensión formada por páramo de pajonal, en su mayoría; páramo pantanoso; páramo sobre arenales; conjugado por una gran cantidad de especies de flora y fauna típicas de este ecosistema y rodeado por un sistema montañoso de picos y riscos de mediana altura.

- Actividades varias

Actualmente en el páramo Pull – Quishuar no se desarrollan actividades enfocadas a conservar el recurso del cual son propietarios. Se sugiere desarrollar trekking, observación de aves, fotografía del paisaje, cabalgatas, camping, conocimiento de plantas medicinales y experiencias de turismo comunitario; mediante un estudio/capacitación implementar un centro de crianza de alpacas, que permita crear una microempresa comunitaria.

d. Estado de Conservación

Conservado, ya que el ecosistema y su hábitat natural se mantienen en su estado inicial debido a que el ser humano cuida la integridad física del recurso.

e. Estado del Entorno

Conservado, por cuanto la única actividad que realizan es el pastoreo de animales de manera racional, como iniciativa propia para que el ambiente físico-biológico y socio-cultural no perjudique al entorno del recurso.

f. Infraestructura Vial y de Acceso

Visitar el páramo de la comunidad Pull – Quishuar a través de la carretera de primer orden, asfaltada, posteriormente continuamos por una vía de segundo orden, lastrada, finalmente cabalgamos por un sendero natural definido para encontrarnos con la diversidad de especies que ofrece este ecosistema. El servicio de transporte es eventual, ya que no existe cooperativa que llegue a la comunidad.

g. Facilidades Turísticas

Las facilidades para visitar el recurso no existe, en la cabecera cantonal encontramos sitios que ofrecen servicio de alojamiento, alimentación y esparcimiento, algunos no cuentan con categoría.

h. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta la comunidad son escasos e inadecuados, ya que no atienden las necesidades de los pobladores locales.

i. Difusión del Atractivo

A pesar de contar con un recurso de características extraordinarias, su difusión es Local, debido al desinterés de potenciar el mismo.

FOTOGRAFÍA N° 6
PÁRAMO SAN VICENTE DE TABLILLAS



Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Bosques

Subtipo: Páramo

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: Cebadas

Altitud: 3400 - 5400 m.s.n.m.

Latitud: Este 768780

Norte 9783292

c. Características

- Ubicación y extensión

En la comunidad San Vicente de Tablillas encontramos una área que alcanza 640 ha de páramo que pertenece a los pobladores de la misma comunidad.

- Flora y fauna

Este importante ecosistema alberga una diversidad de especies de flora y fauna, típicas de su hábitat, los más importantes son:

CUADRO N° 10 FLORA REPRESENTATIVA

Nombre Común	Familia	Nombre Científico	Usos
Arverjilla	Fabácea	<i>Dahleasp.</i>	Ornamental
Caumal	NI	<i>Gentianella sp.2</i>	NI
Calaguala	Asteraceae	<i>Polypodium calaguala</i>	Medicinal
Chuquiragua	Asteraceae	<i>Chuquiragajussieui</i>	Medicinal
Mortiño	NI	<i>Vacciniumfloribundum</i>	Alimenticia
Valeriana	Velerianaceae	<i>Valeriana mycrophylla</i>	Medicinal
Taruga rinri	Asteraceae	<i>Wernerianubigena</i>	Ornamental
Arquitecto	NI	<i>Calcitiumreflexion.</i>	Ornamental
Caballo chupa	Equisetácea	<i>Equisetumbogotense</i>	Ornamental
Pumamaqui	Araliacaea	<i>Oreopanaxecuadorensis</i>	Maderable
Ashpa Chocho	Fabaceae	<i>Lupinuspubescens</i>	Ornamental
Paja	Poaceae	<i>Stipaichu</i>	Alimento/g.
Cachos de Venado	Gentianeceae	<i>Haleniaweddeliana</i>	Ornamental
Almohadilla	NI	<i>Azorellapedunculata</i>	Ornamental
Taraxaco	NI	<i>Taraxacumofficinale</i>	Medicinal
Quishuar	Buddlejaceae	<i>Buddlejaincana</i>	Maderable
Yachackilapo	Asterácea	<i>Bidensandinum</i>	Medicinal
Orejas de conejo	Asterácea	<i>Seneciocanescens</i>	Ornamental
Perrito	Scrophulariaceae	<i>Calceolaria ericiodes</i>	Ornamental
Lirio	Iridácea	<i>Orthrosanthuschimboracensis</i>	Ornamental
Siempre viva	Crasulácea	<i>Echeveriasp.</i>	Ornamental

CUADRO N° 11 FAUNA REPRESENTATIVA

MAMÍFEROS		
Nombre Común	Familia	Nombre Científico
Lobo	Canidae	<i>Psudalopexculpaeus.</i>
Venado	Cervidae	<i>Odocoileusvirginianus</i>
Chucuri	Mustelidae	<i>Mustela frenata</i>
Conejo Silvestre	Leporidae	<i>Sylvilagusbrasiliensis</i>

- Descripción del paisaje

Al recorrer esta amplia extensión encontramos viviendas construidas de paredes de tapial, madera y techos de paja tejida, este recurso está formado en su mayoría de páramo de pajonal y pantanoso, conjugado por una gran cantidad de especies

de flora/fauna típicas de este ecosistema, así también encontramos piedras de gran tamaño que hacen del escenario muy particular; en el sitio más alto con las condiciones climáticas favorables disfrutamos de un mirador natural del cual observamos la ciudad de Riobamba y algunas comunidades aledañas.

- Actividades varias

Actualmente en el páramo San Vicente de Tablillas no se desarrollan actividades enfocadas a conservar el recurso del cual son propietarios. Se sugiere desarrollar trekking, observación de aves, fotografía del paisaje, cabalgatas, camping, conocimiento de plantas medicinales y experiencias de turismo comunitario; mediante un estudio/capacitación implementar un centro de crianza de alpacas, que permita crear una microempresa comunitaria.

d. Estado de Conservación

Alterado, ya que el ecosistema y su hábitat no se mantiene en su estado inicial debido a las múltiples actividades ocasionadas por el ser humano, que atentan la integridad física del recurso.

e. Estado del Entorno

Deteriorado, pues actividades como: pastoreo de animales; introducción de especies exóticas; quema excesiva y no controlada del páramo, hacen que el ambiente físico-biológico y socio-cultural adopten conductas que perjudiquen al entorno del recurso.

f. Infraestructura Vial y de Acceso

Visitar el páramo de la comunidad San Vicente de Tablillas a través de la carretera de segundo orden, lastrada, posteriormente continuamos por una vía de tercer orden, finalmente cabalgamos por un sendero natural definido para encontrarnos con la diversidad de especies que ofrece este ecosistema. El servicio de transporte es eventual, ya que no existe cooperativa que llegue a la comunidad.

g. Facilidades Turísticas

Las facilidades para visitar el recurso no existen, en la cabecera cantonal encontramos sitios que ofrecen servicio de alojamiento, alimentación y esparcimiento.

h. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta la comunidad son escasos e inadecuados, ya que no atienden las necesidades de los pobladores locales.

i. Difusión del Atractivo

A pesar de contar con un recurso de características extraordinarias, su difusión es Local, debido al desinterés de potenciar el mismo.

FOTOGRAFÍA N° 7

PÁRAMO PANCÚN - ICHUBAMBA



Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Bosques

Subtipo: Páramo

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: Cebadas

Altitud: 3860 - 4120 m.s.n.m.

Latitud: Este 767681

Norte 9782329

c. Características

- Ubicación y extensión

En la comunidad Pancún - Ichubamba limita:

Norte: Comunidad San Antonio

Sur: Comunidad Reten Ichubamba

Este: Comunidades de Guarguallac y San Vicente de Tablillas,

Oeste: Río Cebadas

Encontramos una área que alcanza 2600 ha de páramo que pertenece a los pobladores de la misma comunidad.

- Flora y fauna

Este importante ecosistema alberga una diversidad de especies de flora y fauna, típicas de su hábitat, los más importantes son:

CUADRO N° 12 FAUNA REPRESENTATIVA

Nombre Común	Familia	Nombre Científico	Usos
Tani	Asterácea	<i>Hypochaerissonchoides</i>	NI
Arverjilla	Fabácea	<i>Dahleasp.</i>	Ornamental
Timpillo	NI	<i>NI</i>	Medicinal
Chuquiragua	Asterácea	<i>Chuquiragajussieui</i>	Medicinal
Mortiño	NI	<i>Vacciniumfloribundum</i>	Alimenticia
Valeriana	Velerianaceae	<i>Valeriana mycrophylla</i>	Medicinal
Taruga rinri	Asterácea	<i>Wernerianubigena</i>	Ornamental
Arquitecto	NI	<i>Calcitiumreflaxion.</i>	Ornamental
Paja	Poaceae	<i>Stipaichu</i>	Alimento/g.
Cachos de Venado	Gentianeceae	<i>Haleniaaweddeliana</i>	Ornamental
Almohadilla	NI	<i>Azorellapedunculata</i>	Ornamental
Taraxaco	NI	<i>Taraxacumofficinale</i>	Medicinal
Quishuar	Buddlejaceae	<i>Buddlejaincana</i>	Maderable
Yachackilapo	Asterácea	<i>Bidensandinum</i>	Medicinal
Perrito	Scrophulariaceae	<i>Calceolaria ericoides</i>	Ornamental

CUADRO N° 13 FAUNA REPRESENTATIVA

MAMÍFEROS		
Nombre Común	Familia	Nombre Científico
Lobo	Canidae	<i>Psudalopexculpaeus.</i>
Venado	Cervidae	<i>Odocoileusvirginianus</i>
Ratón de páramo	Cricetidae	<i>Oryzomyssp.</i>
Chucuri	Mustelidae	<i>Mustela frenata</i>
Conejo Silvestre	Leporidae	<i>Sylvilagusbrasiliensis</i>

AVES		
Nombre Común	Familia	Nombre Científico
Gavilán	Falconidae	<i>Buteo</i>
Pato silvestre	Anatidae	<i>Anasflavirostri</i>
Curiquingue	Falconidae	<i>Phalcoboenuscarunculatus</i>
Guarro	NI	<i>Buteopolyosoma</i>
Perdiz	NI	<i>NI</i>
Colibrí	Trochilidae	<i>Oreotrochillusstella</i>
Golondrina	NI	<i>Streptoprochezonaris</i>

- Descripción del paisaje

Esta amplia extensión está formada en su mayoría de páramo de pajonal y pantanoso, conjugado por una gran cantidad de especies de flora/fauna típicas de este ecosistema, además encontramos piedras de mediana altura que suponen ser guardianes del recurso.

- Actividades varias

Actualmente en el páramo Pancún Ichubamba no se desarrollan actividades enfocadas a conservar el recurso del cual son propietarios. Se sugiere desarrollar trekking, observación de aves, fotografía del paisaje, cabalgatas, camping, conocimiento de plantas medicinales y experiencias de turismo comunitario; mediante un estudio/capacitación implementar un centro de crianza de alpacas, que permita crear una microempresa comunitaria.

d. Estado de Conservación

Alterado, ya que el ecosistema y su hábitat no se mantiene en su estado inicial debido a las múltiples actividades ocasionadas por el ser humano, que atentan la integridad física del recurso.

e. Estado del Entorno

Deteriorado, porque actividades como: pastoreo de animales; introducción de especies exóticas; quema excesiva y no controlada del páramo; frontera agrícola, ocasionan que el ambiente físico-biológico y socio-cultural adopten conductas que perjudiquen al entorno del recurso.

f. Infraestructura Vial y de Acceso

Visitar el páramo de la comunidad Pancún Ichubamba a través de la carretera de segundo orden, lastrada, continuamos por una vía de tercer orden, finalmente cabalgamos por un sendero natural improvisado. El servicio de transporte es eventual, ya que no existe cooperativa que llegue a la comunidad.

g. Facilidades Turísticas

Las facilidades para visitar el recurso no existen, en la cabecera cantonal encontramos sitios que ofrecen servicio de alojamiento, alimentación y esparcimiento.

h. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta la comunidad son escasos e inadecuados, ya que no atienden las necesidades de los pobladores locales.

i. Difusión del Atractivo

A pesar de contar con un recurso de características extraordinarias, su difusión es Local, debido al desinterés de potenciar el mismo.

FOTOGRAFÍA N° 8

FUENTE DE AGUA DEL SEÑOR DE LA MISERICORDIA



Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Aguas Subterráneas

Subtipo: Aguas Termales

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: Palmira

Altitud: 3310 m.s.n.m.

Latitud: Este 752684

Norte 9769713

c. Características

- Origen

El agua proviene de las piedras que forman parte de la quebrada del mismo nombre, las cuales brotan a la superficie mediante ojos diminutos y profundos.

- Calidad del agua

El momento que nace es transparente y cristalina, al depositarse en los tanques inadecuados y mal construidos se contamina.

- Propiedad del agua

Pobladores locales, así como también feligreses de distintas partes del país afirman que el agua que nace de esta quebrada se caracteriza por tener poderes curativos.

- Descripción del paisaje

La fuente de agua del Señor de las Misericordias se encuentra en una quebrada que lleva el mismo nombre, formada por rocas con abundante vegetación, en este sitio encontramos un balneario que por los materiales utilizados en su construcción afecta la naturalidad del recurso.

- Actividades varias

Actualmente se realiza baños medicinales por parte de sus creyentes, sugerimos readecuar este balneario para mejorar y fortalecer su aspecto.

d. Estado de Conservación

Deteriorado, ya que el ecosistema y hábitat no mantienen el estado inicial por las actividades que ocasiona el ser humano atentando con la integridad del recurso.

e. Estado del Entorno

Deteriorado, ya que actividades como: la presencia de basura, la construcción de un balneario con cemento, hierro, tubo y pintado con colores fuertes hacen que el ambiente físico-biológico y socio-cultural adopten conductas que perjudiquen al entorno del recurso.

f. Infraestructura Vial y de Acceso

Se puede visitar la fuente de agua a través de una vía de primer orden, asfaltado, finalmente una vía de segundo orden, empedrado. Servicio de transporte brinda las cooperativas que circulan en la panamericana sur, vía al Azuay, tiene frecuencia diaria.

g. Facilidades Turísticas

Las facilidades para visitar el recurso no existen, en la parroquia Palmira encontramos pocos sitios que ofrecen servicio de alimentación.

h. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta el sector urbano de la parroquia Palmira pueden ser mejorados, ya que no atienden las necesidades de los pobladores locales.

i. Difusión del Atractivo

A pesar de contar con un recurso al cual llegan en romería los feligreses de distintas partes del país, su difusión es Local, debido al desinterés de potenciar el mismo.

FOTOGRAFÍA N° 9 MIRADOR TURÍSTICO



Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Montaña

Subtipo: Mirador

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: La Matriz

Altitud: 3150 m.s.n.m.

Latitud: Este 754744

Norte 9786776

c. Características

- Morfología

Mirador natural que se encuentra en la montaña Ushubug, constituida por tierra negra utilizada en actividades agrícolas y residuos de piedra blanca.

- Descripción del paisaje

Visitar el mirador turístico de donde se puede apreciar la población de Guamote y las actividades diarias que sus habitantes realizan, así como también los campos cultivados y comunidades aledañas; está diseñado para disfrutar de un momento de recreación y esparcimiento.

- Actividades varias

Actualmente en el mirador se realizan actividades como: fotografía del paisaje y trekking. Se sugiere sumar actividades como: observación de aves y cabalgatas.

d. Estado de Conservación

En proceso de deterioro, ya que el ecosistema y su hábitat no se mantienen en su estado inicial debido a las múltiples actividades ocasionadas por el ser humano, que han atentado con la integridad física del recurso.

e. Estado del Entorno

En proceso de deterioro, ya que actividades como: la presencia de basura, la construcción de infraestructura que facilite su ingreso y estadía, hacen que el

ambiente físico-biológico y socio-cultural adopten conductas que perjudiquen al entorno del recurso.

f. Infraestructura Vial y de Acceso

Se puede visitar este mirador a través de la vía de primer orden, asfaltado, que pasa junto al recurso. Servicio de transporte brinda las unidades que circulan en la panamericana sur, vía a él Azuay, así como la cooperativa Guamote, tienen frecuencia diaria.

g. Facilidades Turísticas

Las facilidades para visitar el recurso no existen, en la cabecera cantonal encontramos sitios que ofrecen servicio de alojamiento, alimentación y esparcimiento, la mayoría no cuenta con categoría.

h. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta el sector urbano del cantón Guamote pueden ser mejorados, ya que no atienden las necesidades de los pobladores locales.

i. Difusión del Atractivo

A pesar de contar con un recurso de fácil acceso, su difusión es Local, debido al desinterés de potenciar el mismo.

FOTOGRAFÍA N° 10

IGLESIA INCA



Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Fenómenos Espeleológicos

Subtipo: Cuevas

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: Palmira

Altitud: 3635 m.s.n.m.

Latitud: Este 755372

c. Características

- Dimensiones y conformación geológica

La cueva representativa existente no es grande ya que alcanza 3 m de altura, 1,5 m de ancho y la profundidad no se ha establecido, está formada por piedra blanca con poros gigantes a manera de piedra pómez, en la superficie encontramos arena y residuo de piedras.

- Minerales predominantes

Encontramos piedra blanca o caliza con la particularidad que forman figuras en su mayoría relacionadas a poros profundos, además en su entorno hallamos abundante vegetación.

- Longitudes recorribles sin peligro

Al encontrarnos con una cueva que no se ha determinado la profundidad, advierte algún peligro, esto nos indica que los visitantes pueden disfrutar del recurso con la asistencia de un guía especializado.

- Facilidades de visita

El ascenso a la montaña de la Iglesia Inca por el sendero natural no conlleva mayor riesgo, pues debemos contar con zapatos adecuados por cuanto debemos deslizarnos por la vegetación, ya en la cueva más representativa que supone ser la entrada a la Iglesia necesitamos una linterna frontal y equipo específico para ingresar, además de la orientación de un guía especializado.

- Actividades varias

Actualmente en la cueva se realiza trekking. Se sugiere sumar actividades como: observación de aves, fotografía del paisaje, cabalgatas.

d. Estado de Conservación

Alterado, ya que el ecosistema y su hábitat natural no se mantienen en su estado inicial debido a las múltiples actividades ocasionadas por el ser humano, que han atentado con la integridad física del recurso.

e. Estado del Entorno

En proceso de deterioro, ya que actividades como: introducción de especies exóticas, presencia de basura, frontera agrícola, hacen que el ambiente físico-biológico y socio-cultural adopten conductas que perjudiquen al entorno del recurso.

f. Infraestructura Vial y de Acceso

A la Iglesia Inca podemos llegar a través de la carretera de segundo orden, lastrada, que conecta a la parroquia Palmira, finalmente ascendemos por un sendero natural inadecuado, que nos permite visitar el recurso. El servicio de transporte es eventual.

g. Facilidades Turísticas

La señalización para visitar el recurso no existe, encontramos sitios en el sector rural de la parroquia Palmira que ofrecen servicio de alimentación.

h. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta la comunidad son escasos e inadecuados, ya que no satisfacen las necesidades de sus pobladores.

i. Difusión del Atractivo

A pesar de contar con un recurso de importantes características, su difusión es Local, debido al desinterés de potenciar el mismo.

FOTOGRAFÍA N° 11

IGLESIA DE PALMIRA



Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Históricas

Subtipo: Arquitectura Religiosa

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: Palmira

Altitud: 3290 m.s.n.m.

Latitud: Este 752612

Norte 9769708

c. Características

- Estilo

La Iglesia no tiene un estilo definido, la fachada principal está formada de dos caras de gran tamaño de corte ovoide entre las cuales sobresale la cruz, además cuenta con un numeroso graderío a su ingreso. La parte interna es impresionante: todo está bien distribuido y reluciente; dieciséis columnas de madera delicadamente decoradas, forman las tres naves; todas las ventanas tienen una cruz con vidrio catedral; un pulpito elaborado con mármol tiene motivos religiosos.

En el presbiterio se ubica el altar mayor, con las imágenes del Sagrado Corazón de Jesús, el Señor de la Resurrección y Cristo Crucificado. El comulgatorio, también es de mármol. Todo cuanto existe en este santuario, son donaciones hechas por devotos del Señor de las Misericordia; aproximadamente cincuenta túnicas reposan en sus vitrinas respectivas y en igual proporción sandalias.

- Conservación del estilo

Al pasar de los años la Iglesia ha sido readecuada por los devotos del Señor de las Misericordias, conservando el estado inicial.

- Estilo del entorno

Las edificaciones que encontramos a su entorno son casas típicas de pueblo, con paredes de tapial y madera, techo de teja y puertas de madera, éstas también han sido readecuadas, conservando el estado inicial.

- Época de construcción

Los sacerdotes Oviedo Montalvo y N. Avilés levantan este santuario desde el año 1939 hasta el 1950. Esta obra es financiada con las limosnas entregadas a la imagen del Señor de las Misericordias.

- Estado de Conservación

A la Iglesia se ha dotado de servicio de luz, se ha pintado, y se ha decorado en su interior, lo que nos indica que los devotos de la misma están pendientes de su estado.

- Materiales utilizados

El material utilizado para la fabricación de este templo es la canchagua, piedra de agua, ladrillo y madera, materia prima propio del lugar. La construcción fue dirigida por un grupo de albañiles, todos los habitantes de Palmira trabajaron en él, especialmente por las noches, acompañados de varias bandas de músicos que en esos años existieron en el lugar.

d. Infraestructura Vial y de Acceso

Junto al sector urbano de la parroquia Palmira pasa la panamericana sur que conduce a la provincia del Azuay, vía de primer orden, asfaltada en condiciones aceptables, ésta permiten que la Iglesia sea de fácil acceso. Servicio de transporte ofrecen las cooperativas que circulan por esta vía, con frecuencia diaria.

e. Facilidades Turísticas

La señalización para visitar el recurso no existe; en el sector urbano de la parroquia Palmira encontramos sitios que ofrecen servicio de alimentación, mismos que no cuentan con categoría.

f. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta la parroquia Palmira son escasos e insuficientes, ya que no atienden las necesidades de los pobladores locales.

g. Difusión del Atractivo

Su difusión es Local, ya que los devotos son los que arriban en romería, siendo los meses de agosto y diciembre los más visitados.

FOTOGRAFÍA N° 12

IGLESIA DE GUAMOTE O LA MATRIZ



Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Históricas

Subtipo: Arquitectura Religiosa

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: La Matriz

Altitud: 3000 m.s.n.m.

Latitud: Este 754887

Norte 9786207

c. Características

- Estilo

Este templo tiene tres naves, las mismas que son formadas por 28 columnas de piedra; el presbiterio termina en sublime cúpula. Sobre el altar mayor está Cristo Resucitado. Junto al coro está un rosetón muy grande de color azul y amarillo; tanta claridad existe en su interior, por la presencia de dieciséis rosetones que se ubican en la parte superior de las naves secundarias. La cúpula de este templo es magistral y está sustentada en seis columnas, las que se levantan en el interior de la misma; es una obra arquitectónica, hecha toda en piedra labrada. En el presbiterio de esta cúpula, existió el altar mayor, confeccionado al estilo barroco, y en el que ocupa un lugar preferente el Cristo Resucitado.

- Conservación del estilo

La iglesia al pasar de los años ha sufrido readecuaciones que actualmente son promovidas por la Congregación de Misioneras Agustinas Recoletas, siendo su principal limitante el recurso económico.

- Estilo del entorno

Las edificaciones que encontramos a su entorno son variadas, tenemos casas típicas de pueblo, con paredes de tapial y madera, techo de teja y puertas de madera, así también casas modernas con paredes de cemento, techos de zinc; es decir no se ha conservando el estado inicial.

- Época de construcción

El Dr. Luís Camacho inició la construcción del templo, y Segundo E. Moyano lo concluyó en 1937, según reza la inscripción encontrada en el campanario.

- Colecciones al interior

Es importante mencionar que sumado a la arquitectura que constituye el recurso, en su interior encontramos una colección de pinturas, orfebrerías y esculturas, que forma parte de la SEPRE. Entre las más representativas tenemos:

CUADRO N° 14 PATRIMONIO RELIGIOSO

BIEN CULTURAL	REPRESENTACIÓN	ÉPOCA	AUTOR	ESCUELA	ESTADO DE CONSERVACIÓN
Pintura	Sagrado Corazón de Jesús	Siglo XIX	Anónimo	Quiteña del Período Republicano	Regular
Escultura	Padre Eterno	Siglo XVIII	Anónimo	Quiteña	Regular
Escultura	Jesús	Siglo XVIII	Anónimo	Quiteña	Regular
Escultura	San Joaquín	Siglo XVIII	Anónimo	Quiteña	Malo
Orfebrería	Custodia	Siglo XX 1959	Anónimo	Quiteña del Periodo Contemporáneo	Bueno
Orfebrería	Cáliz	Siglo XIX	Anónimo	Quiteña del Periodo Republicano	Regular
Orfebrería	Custodia	Siglo XIX	Anónimo	Quiteña del Periodo Republicano	Regular
Escultura	Señor de la Buena Esperanza	Siglo XX	Anónimo	Ecuatoriana del Período Contemporáneo	Regular
Escultura	Niño Jesús	Siglo XX	Anónimo	Ecuatoriana Popular Contemporánea	Bueno
Escultura	San Pedro	Siglo XX	Anónimo	Popular Ecuatoriana del período Contemporáneo	Bueno
Escultura	Santa Marianita de Jesús	Siglo XX 1950	Alvarado	Popular cuencana del período Contemporáneo	Bueno
Escultura	Virgen Inmaculada	Siglo XX	Anónimo	Popular Ecuatoriana del período Moderno	Bueno
Escultura	Sagrado Corazón de Jesús	Siglo XX	Anónimo	Popular Ecuatoriana del período Republicano	Regular
Escultura	Señor del Consuelo	Siglo XX	Gerardo Mogrovejo	Popular Ecuatoriana del período Contemporáneo	Regular
Escultura	Dolorosa Conjunto Calvario	Siglo XX	Daniel Mogrovejo	Popular Ecuatoriana del período Contemporáneo	Regular

- Estado de Conservación

A la Iglesia se ha dotado de servicio de luz, se ha pintado, y se ha decorado en su interior, lo que nos indica que los devotos de la misma están pendientes de su estado.

- Materiales utilizados

Este templo es imponente y majestuoso. Toda su estructura externa e interna es de piedra labrada, ejecutada magistralmente por picapedreros del lugar. Este arte produce la admiración de quienes tienen la oportunidad de conocerlo. El material fue extraído del cerro Ushubug, el mismo que en un terremoto sepultó a los primeros pobladores de Guamote conocidos con el nombre de Guamutis. Los sobrevivientes de esta catástrofe, suelen escuchar los repiques de aquella campana que existió en la iglesia sepultada.

d. Infraestructura Vial y de Acceso

Por la cabecera cantonal pasa la panamericana sur que conduce a la provincia del Azuay, vía de primer orden, asfaltada en condiciones aceptables, que permiten que la Iglesia sea de fácil acceso. Servicio de transporte ofrecen la cooperativa Guamote, que circulan con frecuencia diaria.

e. Facilidades Turísticas

La señalización para visitar el recurso no existe; en el sector urbano del cantón encontramos sitios que ofrecen servicio de alojamiento, alimentación y esparcimiento.

f. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta el sector urbano del cantón, pueden ser mejorados, ya que no atienden las necesidades de los pobladores locales.

g. Difusión del Atractivo

Su difusión es Nacional, ya que un número considerable de guamoteños residen en otros lugares y en los respectivos feriados no dudan en visitar su tierra santa e ir a la iglesia a encomendarse a Dios.

FOTOGRAFÍA N° 13

ESTACIÓN DEL FERROCARRIL Y EL TREN EN GUAMOTE



Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Históricas

Subtipo: Arquitectura Civil

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: La Matriz

Altitud: 3050 m.s.n.m.

Latitud: Este 754549

Norte 9786081

c. Características

Posiblemente uno de los recursos que despierta el interés de los turistas al visitar la mágica provincia de Chimborazo es el recorrido en tren por la longeva ruta sur del ferrocarril ecuatoriano.

Desde la estación de Riobamba a las 07H00 am, se inicia la travesía que lo llevará por el histórico trayecto hasta Durán, aunque en la actualidad no se puede llegar hasta ésta estación en la provincia del Guayas, sí, podemos visitar algunas estaciones como la de Colta, Guamote, Tixán, Sibambe, etc., hasta llegar a la estación de Pistishi, recorriendo el tramo conocido como La Nariz del Diablo, que fuera una de las obras de ingeniería más importantes de la época y que demandó un gran esfuerzo.

En la estación Guamote, el paso del gigante de hierro configura una manifestación que convoca a la mayor parte de los pobladores del sector con productos que laboriosamente han elaborado para el deleite de quienes hacen el recorrido en tren y en un periodo corto de tiempo pueden disfrutar del paisaje andino, casas antiguas de estilo colonial, la típica gastronomía o simplemente adquirir una artesanía que recuerde el paso por tan colorido e histórico pueblo.

Por tal circunstancia, el recurso es la estación y el paso del tren y/o autoferro, entendiéndose que hacen un complemento, de esta manera cada lunes, miércoles y viernes, pobladores locales esperan ansiosos compartir un momento que les permita mostrar al mundo su calidez y don de gente.

- Estilo

Encontramos una edificación de una planta que a simple vista nos indica que se trata de una estación del ferrocarril, está conformada de un gran espacio distribuido de la siguiente manera: boletería, tienda o cafetería informal, bodegas y baterías sanitarias.

- Conservación del estilo

Por ser una de las pocas estaciones del ferrocarril que brinda servicio, funcionarios de la empresa han readecuado el espacio físico para que mejore su imagen, conservando su estado inicial.

- Estilo del entorno

Las edificaciones que encontramos a su entorno son típicas de pueblo, con paredes de tapial, carrizo y madera, techo de teja y puertas de madera, es importante mencionar que el sector frente a la estación conforma el centro histórico del cantón, maravillándonos con su estilo y diseño, todo ello nos indica que se conserva el estado inicial.

- Época de construcción

La estación de ferrocarril como una necesidad para que la imponente obra de ingeniería brinde el servicio a la comunidad fue construida en el año de 1905.

- Estado de Conservación

Esta edificación con el pasar del tiempo ha sido refaccionada, se ha pintado, quizá con colores demasiado fuertes y readecuado el techo con eternít, esto indica que funcionarios de la institución y pueblo en general está pendiente de su conservación

- Materiales utilizados

Los materiales que utilizaron en su construcción son adobe, madera, piedra, teja y eternít.

d. Infraestructura Vial y de Acceso

Por la cabecera cantonal pasa la panamericana sur que conduce a la provincia del Azuay, vía de primer orden, asfaltada en condiciones aceptables; así también atraviesa el cantón la línea férrea, permitiendo que la Estación sea de fácil acceso.

Servicio de transporte ofrecen la cooperativa Guamote, que circulan con frecuencia diaria y servicio de tren o autoferro ofrece la EFE.

e. Facilidades Turísticas

La señalización para visitar el recurso tiene que ser mejorado; en el sector urbano del cantón encontramos sitios que ofrecen servicio de alojamiento, alimentación y esparcimiento, la mayoría no cuentan con categoría.

f. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta el sector urbano del cantón pueden ser mejorados, ya que no atienden las necesidades de los pobladores locales.

g. Difusión del Atractivo

Su difusión es Internacional, ya que es uno de los recursos más importantes con los que cuenta la provincia y país, formando parte de los paquetes turísticos que ofrecen operadores transnacionales.

FOTOGRAFÍA N° 14

PUENTE NEGRO



Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Realizaciones Técnicas y Científicas

Subtipo: Obras Técnicas

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: La Matriz

Altitud: 3050 m.s.n.m.

Latitud: Este 753755

Norte 9786702

c. Características

- Clase de obra y utilidad

Esta obra de ingeniería trata de un puente que se encuentra a 1 km de la población de Guamote sobre el río del mismo nombre, con la finalidad de atravesar la línea del ferrocarril, además los pobladores locales utilizan como paso peatonal.

- Estilo y área de construcción

Es una edificación de 100 m. de longitud sostenida por 4 pirámides de piedra de 10 m. de altura.

- Materiales de construcción

Fue construido por la Compañía American Bridge de New. York, USA., en el año de 1905, los materiales son piedra, acero, durmientes, línea férrea y cemento.

d. Infraestructura Vial y de Acceso

Una vía de segundo orden conecta la cabecera cantonal con el puente; también podemos llegar por la línea férrea entendiéndose que el recurso es de fácil acceso.

e. Facilidades Turísticas

La señalización para visitar el recurso no existe; en el sector urbano del cantón encontramos sitios que ofrecen servicio de alojamiento, alimentación y esparcimiento, la mayoría no cuentan con categoría.

g. Difusión del Atractivo

A pesar de contar con una obra de ingeniería con interesantes características, su difusión es Local, debido al desinterés de potenciar el mismo.

FOTOGRAFÍA N° 15

GRANJA AGROTURÍSTICA TOTORILLAS



Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Históricas

Subtipo: Arquitectura Civil

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: La Matriz

Altitud: 3230 m.s.n.m.

Latitud: Este 753801

Norte 9777068

c. Características

- Estilo

La imponente casa de hacienda reside al sur de la población de Guamote, en el sector Vélez, abarca un área de 50 ha, en donde se desarrollan sub-proyectos de producción de especies nativas y lombricultura. Presenta un estilo colonial con espacios y rincones que hacen gala de su arquitectura y diseño.

- Conservación del estilo

La municipalidad de la localidad al considerar la hacienda como un importante recurso para el cantón, ha realizado esfuerzos para la readecuación y optimización del espacio físico, conservando su estado inicial.

- Estilo del entorno

El entorno de la casa-hacienda está constituido por bosques de pino, áreas de cultivo y montañas de mediana altura, actualmente se ha construido casas de cemento y ladrillo con techo de eternít, alterando su estado inicial.

- Época de construcción

La colonial casa inicio su construcción en el año 1924, culminando la misma en el año 1929.

- Materiales utilizados

Los materiales utilizados para su total construcción, readecuación y optimización de los espacios con los que cuenta son: madera (chanul, laurel, pino, eucalipto), teja, cancagua labrada, carrizo, piedra tallada, cemento y baldosa.

d. Estado de Conservación

Alterado, ya que las múltiples readecuaciones han modificado la integridad física del recurso de su estado inicial.

e. Estado del Entorno

En proceso de deterioro, ya que actividades como: introducción de especies exóticas, construcción de viviendas con materiales inadecuados, presencia de basura, hacen que el ambiente físico y socio-cultural adopten conductas que perjudiquen al entorno del recurso.

f. Infraestructura Vial y de Acceso

La panamericana sur conecta la cabecera cantonal con el sector Vélez, posteriormente una vía de segundo orden, lastrada nos permite visitar el recurso; servicio de transporte ofrece las unidades que circulan por la vía al sur.

g. Facilidades Turísticas

La señalización para visitar el recurso no existe; en el sector urbano del cantón encontramos sitios que ofrecen servicio de alojamiento, alimentación y esparcimiento, la mayoría no cuentan con categoría.

h. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta el sector pueden ser mejorados, ya que no atienden las necesidades de los pobladores locales.

i. Difusión del Atractivo

A pesar de contar con una edificación con interesantes características, su difusión es Local, debido al desinterés de potenciar el mismo

FOTOGRAFÍA N° 16

FERIA INDÍGENA



Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Etnografía

Subtipo: Ferias y Mercados

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: La Matriz

Altitud: 3050 m.s.n.m.

Latitud: Este 754868

Norte 9786451

c. Características

- Lugar y fecha

La feria que quizá concentra las manifestaciones culturales más importantes del cantón se desarrolla los días jueves de todo el año, en el sector urbano de la parroquia La Matriz, a 50 km. de la ciudad de Riobamba.

- Variedad de los productos

En la mencionada feria los participantes ofrecen una diversidad de productos que son vendidos en diferentes presentaciones y lugares, así tenemos:

- Mercado Mayorista: Tubérculos, condimentos, legumbres, hortalizas, hierbitas medicinales, frutas, granos secos, carne, queso, comida típica.

- Mercado Central: Condimentos, legumbres, hortalizas, hierbitas medicinales, frutas, carne, finalmente artículos en hierro para la construcción, herramientas para trabajar la tierra, electrodomésticos.

- La Estación: artesanías en tejido, bisutería, plantas ornamentales, ropa usada, plásticos.

- Plaza 24 de Mayo: Artesanías en tejido, bisutería, cabuya, cerámica, bronce y cuero; sombreros; finalmente hierbas medicinales.

- Barrio San Vicente: Hortalizas, tubérculos, heno, artesanías en cuero (talabartería), ganado ovino, especies menores.

- Plaza Amazonas: Ganado bovino, caballar.

- Instalaciones existentes

En los mercados encontramos un espacio para que los participantes puedan vender, están cubiertos por un angor y posee cubículos, las baterías sanitarias son inadecuadas. En las plazas y barrios los vendedores adecuan áreas para ofrecer los productos, mismos que se encuentra cubiertos por carpas y plásticos, finalmente los camiones que transportan el ganado se estacionan alrededor de la plaza Amazonas y desarrollan la feria.

- Grupos participantes

Las comunidades, asociaciones, cooperativas y barrios de las tres parroquias, que forman el cantón Guamote se dan cita los días jueves a comercializar y adquirir productos del pueblo Kichwa, otros sencillamente acuden como un rito al encuentro con familiares y amigos.

d. Infraestructura Vial y de Acceso

Por la cabecera cantonal atraviesa la vía panamericana que conduce a la provincia del Azuay, vía de primer orden, asfaltada en condiciones aceptables, que hacen que el recurso sea de fácil acceso. Servicio de transporte ofrece la cooperativa Guamote, con una frecuencia diaria.

e. Facilidades Turísticas

La señalización para visitar el recurso no existe; en la cabecera cantonal encontramos sitios que ofrecen servicio de alojamiento, alimentación y esparcimiento, algunos no cuentan con categoría.

f. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta el sector urbano del cantón Guamote pueden ser mejorados, ya que no atienden las necesidades de los pobladores locales.

g. Difusión del Atractivo

Por contar con un recurso cultural de características extraordinarias; estar considerados dentro de los paquetes que ofrecen operadores transnacionales y la limitada gestión de potenciar el atractivo, su difusión es Internacional.

FOTOGRAFÍA N° 17

CENTRO ARTESANAL ESTRELLA DE LA MAÑANA



Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Etnografía

Subtipo: Artesanía

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: Cebadas

Altitud: 3290 m.s.n.m.

Latitud: Este 766690

Norte 9791040

c. Características

- Procedencia

La Asociación de Mujeres Estrella de la Mañana reside en la comunidad Basán Grande, elabora artesanías en tejido que utiliza la población kichwa del sector.

- Lugar de venta

Los productos que confeccionan son comercializados en el centro artesanal de la comunidad de lunes a viernes, además de visitar las ferias de: Riobamba (miércoles), Guamote (jueves) y Cebadas (domingo).

- Calidad del Producto

De tipo regular, por falta de capacitación e iniciativa, las artesanías que elaboran son solicitadas por los pobladores del sector.

- Volumen de productos y ventas

Los productos que confeccionan son: gorros, guantes, bayetas, ponchos, telas para camisa, sábanas, shigras, cintas, fajas, elaboran 8 pieza por semana.

- Materiales utilizados

Cuentan con telares, urdidora, la materia prima que utilizan es lana de borrego, hilo orlón e hilo suizo.

- Personas que laboran

Todos los miembros de la organización, son 30 personas, rotan grupos de 2 cada semana

d. Infraestructura Vial y de Acceso

Una vía de segundo orden, lastrado, conecta la comunidad con el sector urbano de la parroquia Cebadas. El servicio de transporte es eventual.

e. Facilidades Turísticas

La señalización para visitar el recurso no existe; en el sector urbano de la parroquia Cebadas encontramos sitios que ofrecen servicio de alimentación.

f. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta la comunidad Basan Grande son escasos e inadecuados, ya que no atienden las necesidades de los pobladores locales.

g. Difusión del Atractivo

Su difusión es Local, es importante el apoyo de las y ONGs que brinden a organizaciones que están encaminadas a fortalecer la identidad cultural de sus pueblos.

FOTOGRAFÍA N° 18



INDUSTRIA DE LACTEOS EL PROGRESO

Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Realizaciones Técnicas y Científicas

Subtipo: Explotaciones Agropecuarios

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: La Matriz

Altitud: 3050 m.s.n.m.

Latitud: Este 756316

c. Características

- Productos y materiales explotados

La Planta se encuentra localizada en la comunidad Mercedes Cadena, los productos que elaboran son procesados de los 600 litros de leche que reciben diariamente (120 quesos), la materia prima es leche, calcio, cuajo y agua.

- Instalaciones existentes

Cuenta con una planta de un piso equipado con: olla pasteurizadora doble fondo inoxidable, mesa de elaboración, equipo de laboratorio para analizar la leche, moldes, pesa leche, baldes, tinas.

- Forma de explotación

La estructura orgánico-funcional compuesta por un gerente, un jefe de planta y dos empleados coordinan el proceso de elaboración del producto: inicia con la llegada de la leche y su respectivo análisis para de inmediato colocar en la olla pasteurizadora sumando los ingredientes (agua, calcio, cuajo), después de un tiempo en que los técnicos batan la mezcla, pasan a la mesa de elaboración para prensar los quesos en la forma deseada, finalmente se deja madurar el tiempo requerido. La variedad de queso que elabora es fresco y comercializan principalmente en tiendas locales de Guayaquil.

d. Infraestructura Vial y de Acceso

Una vía de segundo orden, lastrada conecta la comunidad con el sector urbano del cantón Guamote. El servicio de transporte es eventual.

e. Facilidades Turísticas

La señalización para visitar el recurso no existe; en el sector urbano del cantón encontramos sitios que ofrecen servicio de alimentación, alojamiento y esparcimiento, en su mayoría no cuentan con categoría.

f. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta la comunidad Mercedes Cadena son escasos e inadecuados, ya que no atienden las necesidades de los pobladores locales.

g. Difusión del Atractivo

Su difusión es Local, es importante el apoyo de las ONGs que brinden a organizaciones que están encaminadas a formar microempresa y con ello generar trabajo para los habitantes de las poblaciones locales.

FOTOGRAFÍA N° 19

INDUSTRIA DE LACTEOS CEBADENITO



Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Realizaciones Técnicas y Científicas

Subtipo: Explotaciones Agropecuarios

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: Cebadas

Altitud: 2950 m.s.n.m.

c. Características

- Productos y materiales explotados

La Planta se encuentra localizada en el sector urbano de la parroquia Cebadas, los productos que elaboran son procesados de los 1600 litros de leche que reciben diariamente de sus 200 proveedores, la materia prima es leche, fermentos de repique, fermentos directos, calcio, cuajo, sal y agua.

- Instalaciones existentes

Cuenta con una planta de un piso equipado con: caldero propio de 7hp, línea de vapor en la planta, olla pasteurizadora doble fondo inoxidable, máquina prensadora, bodegas de maduración, mesas de moldeo, equipo de laboratorio para analizar la leche, moldes, baldes, tinas y vehículo para transportar la leche.

- Forma de explotación

La estructura orgánico-funcional compuesta por 12 empleados entre eventuales y permanentes coordinan el proceso de elaboración y comercialización del producto: inicia con la recolección de la leche y su respectivo análisis para de inmediato colocar en la olla pasteurizadora sumando los ingredientes (agua, calcio, cuajo, fermentos de repique y directos), después de un tiempo en que los responsables baten la mezcla, pasan a la mesas de moldeo para prensar los quesos en la forma deseada, finalmente se deja madurar el tiempo requerido. La variedad de productos que elaboran es queso andino, mozzarella, fresco, gouda, dambo, tilzit, crema; manjar de leche y yogurt, además de un subproducto que es el suero y se utiliza como alimento de los cerdos.

Cuando los productos están listos para el consumo son enviados a los puntos de venta en la ciudad de Riobamba, centros comerciales de Guayaquil y Quito; esto conlleva a tener un ingreso anual por ventas que asciende a 150000 USD; es

importante mencionar que esta industria ha ganado un reconocimiento a su excelente calidad por parte de las queserías de la provincia de Bolívar, así como también indicar que es uno de los referentes más importantes de la parroquia Cebadas y el cantón Guamote.

d. Infraestructura Vial y de Acceso

Una vía de segundo orden, lastrado en muy malas condiciones conecta la cabecera cantonal con el sector urbano de la parroquia Cebadas. Servicio de transporte ofrece la cooperativa Unidos que tienen frecuencia diaria.

e. Facilidades Turísticas

La señalización para visitar el recurso no existe; en la parroquia Cebadas encontramos sitios que ofrecen servicio de alimentación, mismos que no cuentan con categoría.

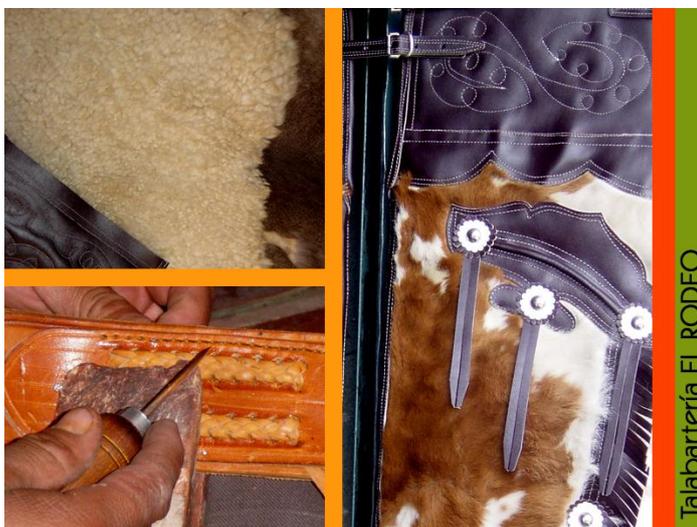
f. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta el sector urbano de la parroquia Cebadas son escasos e inadecuados, ya que no atienden las necesidades de los pobladores locales.

g. Difusión del Atractivo

Su difusión es Nacional, es importante el apoyo de las y ONGs que brinden a organizaciones que están encaminadas a formar microempresa y con ello generar trabajo para los habitantes de las poblaciones locales.

FOTOGRAFÍA N° 20
TALABARTERÍA EL RODEO



Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Etnografía

Subtipo: Artesanía

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: La Matriz

Altitud: 3050 m.s.n.m.

Latitud: Este 754878

Norte 9786252

c. Características

- Procedencia

El local reside en el sector urbano del cantón Guamote, elabora artesanías en cuero, mismas que son utilizadas por los vaqueros del sector.

- Lugar de venta

Los productos que confeccionan son comercializados en el taller artesanal del cantón, todos los días, principalmente en las mañanas.

- Calidad del Producto

Es bueno, ya que el oficio aprendido de sus ancestros lo practica alrededor de 15 años.

- Volumen de productos y ventas

Los productos que confeccionan son: zamarros, monturas, riendas de freno, bozalillos, estribos, es decir monturas completas. Elaboran una montura completa cada mes.

- Materiales utilizados

Cuentan con alesna, ojalillo, desarmador, martillo, máquina aparadora. La materia prima que utilizan es piel de ganado bovino, ovino, cuero ruso, remaches, hebillas.

d. Infraestructura Vial y de Acceso

Por la cabecera cantonal atraviesa la panamericana que conduce a la provincia del Azuay, esto hace que el recurso sea de fácil acceso, el local se encuentra en el barrio San Vicente. Servicio de transporte ofrece la cooperativa Guamote, con una frecuencia diaria.

e. Facilidades Turísticas

La señalización para visitar el recurso no existe; en la cabecera cantonal encontramos sitios que ofrecen servicio de alojamiento, alimentación y esparcimiento, algunos no cuentan con categoría.

f. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta el sector urbano del cantón Guamote pueden ser mejorados, ya que no atienden las necesidades de los pobladores locales.

g. Difusión del Atractivo

Su difusión es Local, es importante el apoyo de las ONGs que brinden a organizaciones que están encaminadas a formar microempresa y con ello generar trabajo para los habitantes de las poblaciones locales.

FOTOGRAFÍA N° 21

CARNAVAL DE GUAMOTE



Fuente: CODECH

a. Clasificación del Atractivo

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Acontecimientos Programados

Subtipo: Fiestas Religiosas

b. Localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Parroquia: La Matriz

Altitud: 3050 m.s.n.m.

Latitud: Este 754804

Norte 9786257

c. Características

- Motivación y periodicidad

Esta fiesta religiosa se celebra en homenaje a San Carlos, patrono del barrio San Juan, además se festeja el Carnaval, despidiendo así los placeres mundanos para empezar el tiempo de cuaresma con paz y tranquilidad. Esta celebración tiene lugar cada año, con un periodo de duración de 15 días, para lo cual se prepara programas y actividades que llena de alegría las familias guamoteñas.

- Lugar de realización

Los programas y actividades que se han planificado durante todo el año se desarrollan en todo el sector urbano del cantón Guamote, siendo los sitios claves, el templo del patrono de la celebración, los domicilios de los reyes, embajadores, jochantes de la fiesta y las calles principales donde se realizan desfiles, procesiones, festivales, bailes, albazos.

- Descripción de programas

El barrio San Juan, que hace 50 años aproximadamente organiza la fiesta, planifica una programación que inicia con las vísperas y consta de: desfiles de las escuelas de la localidad; concurso de coplas; entrega de jochas a reyes, embajadores, que pueden ser: reses, cerdos, gallinas, cuyes, licores, etc., mismas que contribuya a la atención de los asistentes. El municipio de la localidad también participa de la celebración organizando eventos que permiten elegir, exaltar y coronar a la reina de la fiesta, los que se encuentran amenizados con artistas de prestigio nacional. Siguiendo con la programación se desarrolla la misa en honor al patrono de la fiesta acompañado de pobladores locales, paisanos y turistas; seguidamente se da lugar al desfile de la alegría que desemboca en un baile popular desarrollado en la estación del ferrocarril; el barrio San Juan realiza la exaltación y coronación de los reyes, embajadores; los toros de pueblo no pueden faltar, finalmente culmina la celebración enterrando el carnaval a través de una procesión donde organizadores y asistentes hacen el compromiso de encontrarse el próximo año.

- Participación

La fiesta concentra una gran cantidad de pobladores locales; paisanos que residen en lugares como: Riobamba, Quito, Santo Domingo, Guayaquil, Cuenca, EEUU., España, principalmente; y turistas, que en su mayoría hacen de Guamote su destino preferido en época de carnaval.

d. Infraestructura Vial y de Acceso

Por la cabecera cantonal atraviesa la Panamericana sur que conduce a la provincia del Azuay, vía de primer orden, asfaltada en condiciones aceptables, que hacen que el recurso sea de fácil acceso. Servicio de transporte ofrece la cooperativa Guamote, con una frecuencia diaria.

e. Facilidades Turísticas

La señalización para visitar el recurso no existe; en la cabecera cantonal encontramos sitios que ofrecen servicio de alojamiento, alimentación y esparcimiento, algunos no cuentan con categoría.

f. Infraestructura Básica

Los servicios básicos con los que cuenta el sector urbano del cantón Guamote pueden ser mejorados, ya que no atienden las necesidades de los pobladores locales, además en los días de celebración de esta fiesta éstos colapsan provocando graves consecuencias en la atención a los turistas.

g. Difusión del Atractivo

Su difusión es Internacional, ya que el gobierno local ha elaborado material promocional sobre el recurso, así también existe una masa de feligreses devotos de San Carlos, patrono de la fiesta que residen en el exterior.

3.2 IMAGEN TURÍSTICA DEL CANTÓN GUAMOTE

Al realizar la identificación, valoración y jerarquización de los recursos del cantón concluimos que:

a) ATRACTIVOS NATURALES

CUADRO N° 15 ATRACTIVOS NATURALES

FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURISTICOS													
NOMBRE DEL EVALUADOR: Vanesa M. Jara Córdova					PROVINCIA: Chimborazo				FECHA: 09 - 02- 2013				
N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD		ENTORNO max. 10	ESTADO DE CONSERV. max. 10	ACCESO max. 10	SERV. max. 10	ASO. CON OTROS ATRAC. max. 5	SIGNIFICADO				JER.
		VALOR INTRIN. max. 15	VALOR EXTRIN. max. 15						LOCAL max. 2	REG. max. 4	NAC. max. 7	INTER. max. 12	
SITIOS NATURALES													
1	Complejo Lacustre Atillo	15	15	5	6	8	4	5	--	--	7	--	III
2	Cueva del Luterano	5	5	5	6	8	5	1	2	--	--	--	I
3	Mirador Mira Loma	4	4	2	2	5	5	1	2	--	--	--	I
4	Dunas de Arena	5	5	4	4	5	5	1	2	--	--	--	II
5	Páramo Pull-Quishuar	10	8	10	10	4	4	1	2	--	--	--	II
6	Páramo San Vicente de Tablillas	8	6	2	6	5	4	1	2	--	--	--	II
7	Páramo PancúnIchubamba	10	12	10	6	5	4	1	2	--	--	--	II
8	Fuente de Agua del Señor de la Misericordia	4	3	2	2	8	4	1	2	--	--	--	I
9	Mirador Turístico	1	2	5	4	6	4	1	2	--	--	--	I
10	Iglesia Inca	3	2	5	6	3	3	1	2	--	--	--	I

b) ATRACTIVOS CULTURALES

Cada pueblo o nacionalidad tienen diferentes expresiones y por tanto no se puede hacer comparaciones entre culturas y decir si es mejor o peor una u otra, por consiguiente si tiene mayor o menor jerarquía en tal sentido; **no se ha Valorizado, Jerarquizado** las Manifestaciones Culturales.

CUADRO N° 16 ATRACTIVOS CULTURALES

FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURISTICOS													
N°	NOMBRE DEL EVALUADOR: Vanesa M. Jara Córdova					PROVINCIA: Chimborazo			FECHA: 09-02-2013				
	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD		ENTORNO	ESTADO DE CONSERV.	ACCESO	SERV.	ASO. CON OTROS ATRAC.	SIGNIFICADO				JER.
		VALOR INTRIN.	VALOR EXTRIN.						LOC.	REG.	NAC.	INTER.	
	max. 15	max. 15	max. 10	max. 10	max. 10	max. 10	max. 5	max. 2	max. 4	max. 7	max. 12		
	MANIFESTACIONES CULTURALES												
11	Iglesia de Palmira	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
12	Iglesia de Guamote	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
13	Estación del Ferrocarril y el Tren en Guamote	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
14	Puente Negro	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
15	Granja Agroturística Totorillas	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
16	Feria Indígena	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
17	Centro Artesanal Estrella de la Mañana	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
18	Industria de Lácteos el Progreso	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
19	Industria de Lácteos Cebadeñito	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
20	Talabartería el Rodeo	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
21	Carnaval de Guamote	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	

A través del inventario de atractivos del cantón identificamos 21 recursos con potencial turístico, 10 dentro de la categoría Sitios Naturales, siendo el más importante el **Complejo Lacustre Atillo**, tiene jerarquía III, atractivo con rasgos excepcionales en el 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 atractivos contiguos.

Dentro de la categoría Manifestaciones Culturales encontramos 11, siendo los más importantes; **La Feria Indígena**, que concentra la mayor representación de la cultura del sector; **La Estación del Ferrocarril y el Tren**, que convoca a los pobladores locales a dar la bienvenida al gigante de acero con sus tripulantes; el **Carnaval de Guamote**, fiesta religiosa en honor a la imagen de San Carlos.

3.3 ANÁLISIS FODA/DAFO

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. De estas cuatro variables tanto fortalezas como debilidades son internas por lo que es posible actuar directamente sobre ellas, en cambio las oportunidades y amenazas son externas por lo que resulta muy difícil poder modificarlas.

CUADRO N° 17 ANÁLISIS FODA DEL CANTÓN GUAMOTE

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuenta con atractivos turísticos y biodiversidad de flora y fauna. 2. Ubicación geográfica privilegiada. 3. Afluencia de turistas nacionales. 4. Vías de acceso en buen estado. 5. Gente cálida y de espíritu hospitalario. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desinterés por parte del Municipio del cantón Guamote. 2. Insuficiente personal para realizar una actividad turística sostenible. 3. Pérdida de identidad cultural. 4. Servicios básicos del cantón inadecuados. 5. Inexistencia de capacitación a prestadores de servicios turísticos. 6. Deficiencia en el servicio de transporte. 7. Carencia de un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Participación en ferias de turismo a nivel nacional para la promoción de atractivos. 2. Colaboración del Ministerio de Turismo y del Medio Ambiente, en capacitación. 3. Nuevos mercados a nivel internacional. 4. Aporte de las Universidades al realizar estudios e investigaciones. 5. Existencia de medios de comunicación (televisión, internet y radio). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inestabilidad política del país. 2. Desastres naturales. 3. Migración. 4. Crisis económica a nivel mundial. 5. Competencia en promoción de destinos nacionales.

Fuente: Vanesa Margarita Jara Córdova.
Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

MATRIZ FODA/DAFO DEL CANTÓN GUAMOTE

CUADRO N° 18 ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD FORTALEZAS-DEBILIDADES VS OPORTUNIDADES

PERFIL DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES	FORTALEZAS (F)+	DEBILIDADES (D)-
PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	<p>F1.Cuenta con atractivos turísticos y biodiversidad de flora y fauna.</p> <p>F2. Ubicación geográfica privilegiada.</p> <p>F3. Afluencia de turistas nacionales.</p> <p>F4. Vías de acceso en buen estado.</p> <p>F5. Gente cálida y de espíritu hospitalario.</p>	<p>D1.Desinterés por parte del Municipio del cantón Guamote.</p> <p>D2. Insuficiente personal para realizar una actividad turística sostenible.</p> <p>D3. Pérdida de identidad cultural.</p> <p>D4. Servicios básicos del cantón inadecuados.</p> <p>D5. Inexistencia de capacitación a prestadores de servicios turísticos.</p> <p>D6. Deficiencia en el servicio de transporte.</p> <p>D7. Carencia de un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible.</p>
OPORTUNIDADES(O)+	ESTRATEGIAS (FO)+ +	ESTRATEGIAS(DO) -+
<p>O1.Participación en ferias de turismo a nivel nacional para la promoción de atractivos.</p> <p>O2. Colaboración del Ministerio de Turismo y del Medio Ambiente, en capacitación.</p> <p>O3. Nuevos mercados a nivel internacional.</p> <p>O4. Aporte de las Universidades al realizar estudios e investigaciones.</p>	<p>-Aprovechar la biodiversidad de flora y fauna para insertar en nuevos mercados mediante ferias de turismo a nivel nacional (F1, O3, O1).</p> <p>- Cuenta con una ubicación adecuada gracias a la colaboración del Ministerio de Turismo, Medio Ambiente y distintas Universidades (F2, O2, O4).</p>	<p>-Utilizar el apoyo de Instituciones que ayuden a cultivar el interés por parte del Municipio del cantón. (O2, D1).</p> <p>-Gracias a los aportes de investigaciones de las Universidades se puede realizar un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible.(O4,D7).</p>

Fuente: Vanesa Margarita Jara Córdova.
Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

MATRIZ FODA/DAFO DEL CANTÓN GUAMOTE

CUADRO N° 19 ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD FORTALEZAS-DEBILIDADES VS AMENAZAS

PERFIL DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES	FORTALEZAS (F)+	DEBILIDADES (D)-
PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	<p>F1. Cuenta con atractivos turísticos y biodiversidad de flora y fauna.</p> <p>F2. Ubicación geográfica privilegiada.</p> <p>F3. Afluencia de turistas nacionales.</p> <p>F4. Vías de acceso en buen estado.</p> <p>F5. Gente cálida y de espíritu hospitalario.</p>	<p>D1. Desinterés por parte del Municipio del cantón.</p> <p>D2. Insuficiente personal para realizar una actividad turística sostenible.</p> <p>D3. Pérdida de identidad cultural.</p> <p>D4. Servicios básicos del cantón inadecuados.</p> <p>D5. Inexistencia de capacitación a prestadores de servicios turísticos.</p> <p>D6. Deficiencia en el servicio de transporte.</p> <p>D7. Carencia de un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible.</p>
AMENAZAS(A)-	ESTRATEGIAS (FA)+ -	ESTRATEGIAS(DA)- -
<p>A1. Inestabilidad política del país.</p> <p>A2. Desastres naturales.</p> <p>A3. Migración.</p> <p>A4. Crisis económica a nivel mundial.</p> <p>A5. Competencia en promoción de destinos turísticos.</p>	<p>-Aprovechar los atractivos turísticos del cantón para contribuir con fuentes de trabajo y evitar la migración (F1, A3).</p> <p>-Concientizar a los turistas la importancia de los atractivos para evitar distintos desastres naturales ocasionados por los mismos (F3, A2).</p>	<p>-Gestionar convenios con distintas entidades que contribuyan para mejorar la calidad de vida de los habitantes y de esta manera evitar la migración (D1, A3).</p> <p>-Capacitar al personal en la actividad turística sostenible para poder prevenir la crisis económica a nivel mundial (D2,A4)</p>

Fuente: Vanesa Margarita Jara Córdova
Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

CAPÍTULO IV

4. DISCUSIÓN

A medida que ha pasado el tiempo y viendo las necesidades existentes de los turistas nacionales e internacionales, se han ido descubriendo y evaluando nuevas alternativas de un turismo sostenible, lo que significa que las empresas que ofertan dichos servicios se ven obligados a ofertar los mismos, a la vez promocionar los atractivos naturales y culturales.

Es por este motivo que la CODECH conociendo el potencial turístico que tiene el cantón Guamote y al no ser difundido y reconocido debidamente, aprobó la realización de este Plan de Desarrollo Turístico Sostenible por parte de la estudiante de la Universidad Nacional de Chimborazo.

Esto nos indica que los prestadores de servicios deberían estar preparándose profesionalmente en conocimientos, técnicas y calidad de los servicios que prestan, cumpliendo con las reglas que se establecen. Entonces se podría decir que se necesita de una buena preparación y prestación de servicios turísticos siempre con el objetivo de satisfacer al cliente.

Guamote posee vías de acceso transitables durante todo el año lo que facilita su acceso, además cuenta con centros de salud, servicios básicos, áreas de recreación, prestadores de servicios turísticos y atractivos turísticos de gran interés para los visitantes.

Las leyendas, tradiciones y costumbres de sus festividades constituyen parte de la identidad de este lugar lo que genera un valor agregado, en el mismo, sin embargo es fácilmente observable el deterioro de varios de sus atractivos tanto naturales como culturales principalmente causados por el inadecuado uso de los espacios de visita por parte de los turistas.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Luego de la aplicación de encuestas a turistas nacionales y extranjeros se ha determinado que el 93% de los visitantes desean que se implemente un plan de desarrollo turístico sostenible en el cantón Guamote.
- El Complejo Lacustre Atillo, tiene un gran potencial turístico natural el mismo que debe mejorar los servicios de: alojamiento, alimentación y recreación para satisfacer las necesidades de la demanda y atraer nuevos visitantes.
- La localidad cuenta con un gran potencial turístico, 21 son los recursos que se han identificado, 10 dentro de la categoría sitios naturales que equivale al 48% y 11 dentro de la categoría manifestaciones culturales que es el 52%.
- Realizamos el análisis FODA el cual nos permitió conocer la situación actual del cantón, para de esta manera obtener un diagnóstico preciso y en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formuladas.

5.2. RECOMENDACIONES

- Debería implementarse un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para fomentar el turismo en el cantón.
- Incentivar a los prestadores de servicio de la comunidad de Atillo para renovar su infraestructura y así cumplir con las expectativas que tienen los turistas al visitar este maravilloso atractivo natural.
- Dar a conocer los atractivos naturales y culturales que posee el cantón mediante la promoción, siendo uno de los más importantes el Ministerio de Turismo.
- Para tener un estudio de mercado es necesario el análisis FODA, el cual nos permite llegar a los objetivos deseados.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

6.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA

Diseño de un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para mejorar la Gestión Turística del cantón Guamote – Provincia de Chimborazo.

6.2. INTRODUCCIÓN

El gran avance que el turismo ha experimentado no solo involucra con eficacia en los servicios turísticos como alojamiento, transporte, alimentación, sino también implica la responsabilidad directa de los beneficiarios, la comunidad, el sector público y privado para desarrollar un proceso entre los recursos naturales y culturales, los métodos a emplearse y los entes partícipes de esta operación, permitiendo que el plan se convierta en una herramienta de desarrollo turístico sostenible.

La actividad turística en nuestro país en el transcurso de los años se ha consolidado hasta constituirse en el tercer producto de exportación, el mismo que genera divisas para varios sectores de la economía local, constituyéndose en una excelente alternativa para la generación de ingresos de los diversos asentamientos humanos a lo largo del territorio de nuestra patria, convirtiéndose conjuntamente en una herramienta para la reducción de la pobreza y la generación de empleo.

“El Desarrollo de Turismo Sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfaga todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida”(OMT).

Este desarrollo se ha concentrado sin embargo, en sólo algunos atractivos del cantón, desconociendo por tanto otras posibilidades turísticas y recreacionales que existen, afectando la diversidad de la oferta y provocando una excesiva concentración geográfica y estacional de la demanda.

Por ello la necesidad de un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible que mediante la formulación de programas y proyectos articulados con los lineamientos del PLANDETUR 2020 (Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Ecuador), logre consolidar al Cantón como un destino turístico nacional e internacional, fomentando con ello el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, culturales y generando nuevas fuentes para la obtención de ingresos económicos. La elaboración de un Plan para el Desarrollo del Turismo Sostenible implica un proceso participativo con los sectores público, privado y comunitario.

6. 3. OBJETIVOS

6.3.1. Objetivo General

Elaborar el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para mejorar la gestión turística del cantón Guamote – Provincia de Chimborazo.

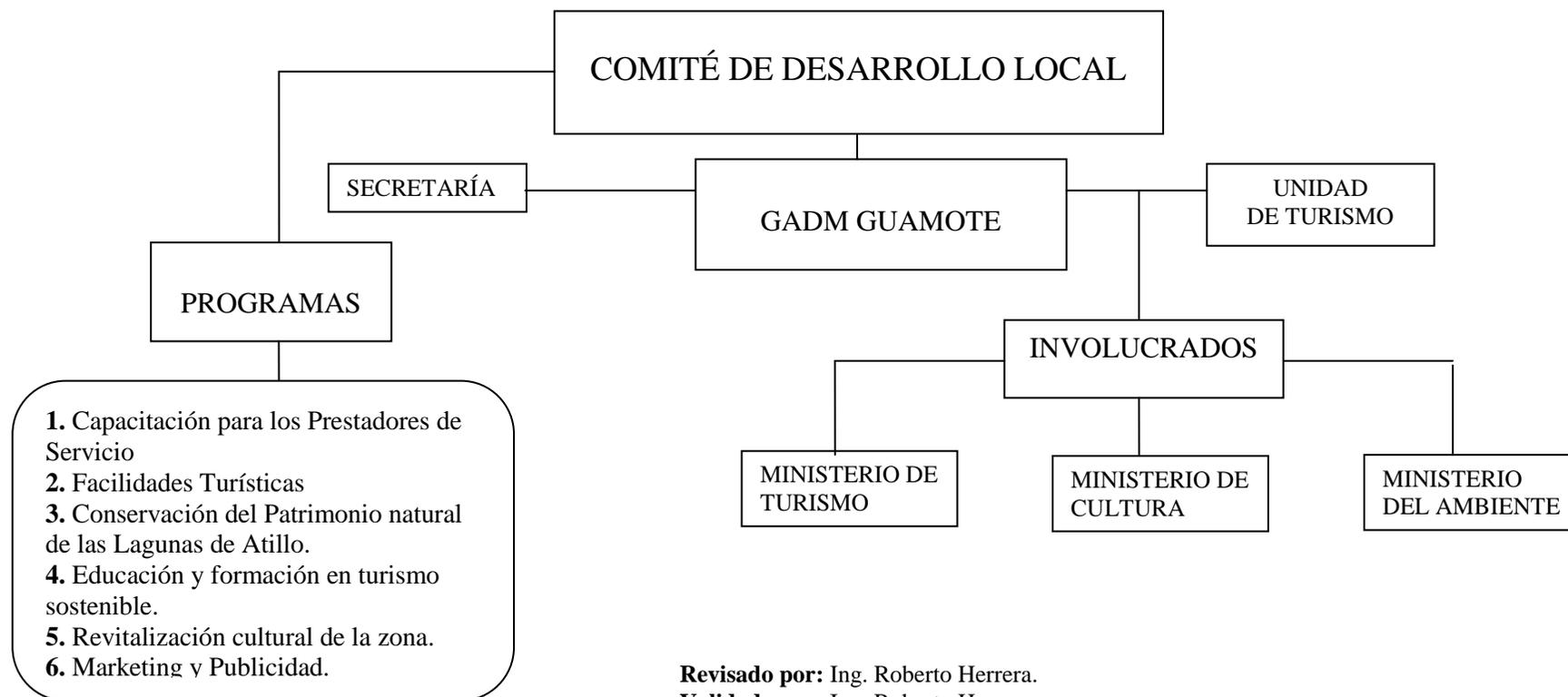
6.3.2. Objetivos Específicos

- Establecer los programas y proyectos prioritarios para el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del cantón Guamote.
- Crear paquetes turísticos para la promoción de los atractivos culturales y naturales que posee el cantón.
- Validar el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible en la planificación cantonal del GAD para potenciar la demanda turística.

6.4 DISEÑO ORGANIZACIONAL

TABLA N° 14

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DEL CANTÓN GUAMOTE.



6.5 MISIÓN

Promover el desarrollo sostenible y competitivo de la actividad turística de Guamote mediante procesos integradores, impulsando el desarrollo económico y social, garantizando la valoración y conservación del patrimonio histórico.

6.6 VISIÓN

Deseamos que Guamote sea un destino con identidad y diferenciación en el contexto nacional e internacional, comprometido en ofrecer servicios de excelencia y una diversa y genuina oferta de servicios turísticos.

6.7 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. Generar productos y servicios con mayor valor añadido, de calidad y acorde a los distintos segmentos de demanda.
2. Preservar, conocer y poner en valor los recursos naturales y culturales sobre los que se realizará la actividad turística.
3. Incrementar el nivel de satisfacción de los visitantes y mejorar la calidad de la visita a los lugares turísticos.
4. Capacitación del Talento Humano.
5. Realizar programas, proyectos y actividades que genere una amplia aceptación social de la actividad turística entre la población local.
6. Fomentar la relación y coordinación entre el sector público y el sector privado.

6.8 ESTRATEGIAS

1. Proteger y promocionar el patrimonio natural y cultural del cantón y resguardarlo de un desarrollo turístico excesivo.
2. Proporcionar información adecuada a los visitantes sobre el cantón.

3. Promocionar los atractivos turísticos del cantón que permitan disfrutar de los mismos.
4. Promover la valorización de la identidad cultural del cantón.
5. Fortalecer al talento humano en conocimientos de manejo del recurso turístico.
6. Establecer programas y proyectos para el desarrollo turístico sostenible de la zona, como base la conservación de los recursos naturales y la identidad cultural.
7. Brindar seguridad a los visitantes por parte de la policía Municipal y Nacional.

6.9 POLÍTICAS

1. Alcanzar niveles satisfactorios de venta de los paquetes turísticos.
2. Mejorar la calidad de vida del residente y del turista durante su estancia.
3. Potenciar el desarrollo cultural.
4. Disponer de un producto turístico que satisfaga los intereses del visitante.
5. Favorecer el proceso de formación de la cultura turística.
6. Gestionar e incentivar la inversión en programas y proyectos turísticos.

6.10 ESCENARIO DE DESARROLLO TURÍSTICO A PRIORIZAR

1. Realizar programas, proyectos y actividades que genere una amplia aceptación social de la actividad turística entre la población local.
2. Generar productos y servicios con mayor valor añadido, de calidad y acorde a los distintos segmentos de demanda.
3. Mejorar la calidad de la visita a los lugares turísticos y la actividad turística sostenible en el destino.
4. Proteger y promocionar el patrimonio natural y cultural del cantón y resguardarlo de un desarrollo turístico excesivo.
5. Fortalecer al talento humano en conocimientos de manejo del recurso turístico.

6.10.1 Objetivos de mercado

1. Fijar un precio que los clientes estén dispuestos a pagar por la venta de paquetes turísticos.
2. Lograr la fidelidad de los clientes para así incrementar los volúmenes de venta.
3. Conseguir que la promoción cumpla con su objetivo de informar, persuadir y recordar para de esta manera captar más visitantes.

6.11 BASES ESTRATÉGICAS DEL TURISMO EN EL CANTÓN GUAMOTE PROVINCIA DE CHIMBORAZO

Las bases estratégicas del turismo están compuestas por los programas, proyectos y actividades. Cada uno de éstos tendrá aplicación en el cantón Guamote.

Esta propuesta está enmarcada dentro de las políticas del PLANDETUR 2020 y la política nacional de turismo que dice: El Ecuador dispone de un alto potencial turístico inigualable a nivel mundial por su diversidad, con un desarrollo sostenible y sustentable del sector, se puede reactivar la economía nacional, combatir la pobreza y procurar la inclusión social.

Las bases estratégicas son la suma de las propuestas de solución a los problemas en Guamote. Es decir, que surgen desde propuestas locales concretas.

TABLA N° 15

BASES ESTRATÉGICAS DEL TURISMO EN EL CANTÓN GUAMOTE

PROGRAMA	PROYECTO
1. Capacitación para los prestadores de servicio.	1.1 Capacitación de Calidad en los servicios de alojamiento, alimentación y recreación. 1.2 Capacitación en realidad turística local. 1.3 Capacitación sobre el Talento Humano. 1.4 Capacitación sobre el Medio Ambiente.
2. Facilidades Turísticas.	2.1 Infraestructura turística adecuada sobre (alojamiento, alimentación y recreación). 2.2. Informadores turísticos. 2.3. Mantenimiento de las vías que conducen a los atractivos turísticos. 2.4. Mejoramiento de servicios básicos en el cantón Guamote.
3. Conservación del patrimonio natural de las Lagunas de Atillo.	3.1. Conservación y protección de la flora y fauna de las Lagunas de Atillo. 3.2. Procesos para el manejo de los recursos naturales. 3.3. Reciclaje de desechos (clasificación de residuos orgánicos e inorgánicos). 3.4 Formación sobre educación Ambiental.
4. Educación y formación en turismo consciente.	4.1. Calidad en la educación a los pobladores sobre el turismo. 4.2. Sensibilización ciudadana en turismo consciente. 4.3. Planificación para el manejo del turismo consciente. 4.4. Principios de Turismo consciente en relación con nuestro patrimonio natural y cultural.
5. Revitalización cultural de la zona.	5.1. Conservación de la Identidad cultural el cantón Guamote. 5.2. Potenciar el patrimonio cultural de la zona. 5.3. Apoyar el desarrollo y difusión de las expresiones culturales del cantón. 5.4. Concientizar a los pobladores sobre los atractivos culturales que posee el cantón.
6. Marketing y Publicidad.	6.1. Entorno en marketing turístico. 6.2. Diseño de material publicitario 6.3. Promoción de los atractivos turísticos. 6.4. Elaboración de paquetes turísticos.

Fuente y Elaborado por: Vanesa Jara Córdova.

TABLA N° 16

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

PROGRAMA 1: Capacitación para los prestadores de servicio.					
NOMBRE DEL PROYECTO	OBJETIVOS	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	PERSONAL RESPONSABLE	TIEMPO DE EJECUCIÓN	PRESUPUESTO
1.1 Capacitación de Calidad en los Servicios de alojamiento, alimentación y recreación.	Conseguir la adecuada sistematización de nuestras actividades, mediante una herramienta que nos permita gestionar la calidad para un proceso de mejora continua.	La calidad de los servicios de alojamiento y alimentación, son considerados primordiales hacia la exigencia de los turistas en general.	Ministerio de Turismo.	6 meses	\$5.000
1.2 Capacitación en realidad turística local.	Determinar los impactos y efectos que la actividad turística genera en el cantón, teniendo en cuenta sus diferentes manifestaciones, tanto cualitativas como cuantitativas.	Es un hecho social ya que se encuentran involucrados los turistas y los pobladores. De esta manera queremos socializar a los involucrados en esta realidad turística.	Ministerio de Turismo	6 meses	\$5.000
1.3 Capacitación sobre el Talento Humano.	Prever las necesidades futuras del personal de acuerdo a los planes de la empresa.	Genera ambientes favorables que proporcionan motivación, compromiso y productividad.	Ministerio de Turismo	6 meses	\$5.000
1.4 Capacitación sobre el Medio Ambiente.	Comprometer a los prestadores de servicio en el desarrollo de actividades sobre la preservación y conservación del medio ambiente.	Se trata de un sistema dinámico de diferentes elementos, fenómenos-procesos naturales, sociales y culturales	Ministerio de Turismo.	6 meses	\$5.000

Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.
Revisado y Validado por: Ingeniero Roberto Herrera.

TABLA N° 17

PROGRAMA DE FACILIDADES TURÍSTICAS

PROGRAMA 2:Facilidades Turísticas					
NOMBRE DEL PROYECTO	OBJETIVOS	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	PERSONAL RESPONSABLE	TIEMPO DE EJECUCIÓN	PRESUPUESTO
2.1 Infraestructura turística adecuada sobre (alojamiento, alimentación y recreación).	Identificar atractivos turísticos, equipamientos e infraestructuras turísticas existentes en el cantón.	La infraestructura es fundamental para el desarrollo económico, social y provee el fundamento de la actividad turística y económica en el cantón.	Municipio de Guamote.	6 meses	\$20.000
2.2. Informadores turísticos.	Brindar la información adecuada y exacta a los turistas para satisfacer sus inquietudes.	Su tarea consiste en el asesoramiento a los turistas que visitan un lugar sobre los recursos y actividades que pueden encontrar	Ministerio de Turismo	Permanente	\$10.000
2.3. Mantenimiento de las vías que conducen a los atractivos turísticos.	Garantizar la transitabilidad permanentemente para que los usuarios puedan circular diariamente por las vías.	Es la base para el progreso, bienestar económico y social del cantón, es un valioso patrimonio nacional que se debe cuidar, preservar mediante un mantenimiento adecuado y oportuno que permita una transitabilidad satisfactoria para los usuarios.	Ministerio de Transportes y Obras Públicas.	Permanente	\$75.000
2.4. Mejoramiento de servicios básicos en el cantón Guamote.	Proporcionar servicios básicos de calidad a los pobladores y a los turistas.	Son aportes para el bienestar social, indispensables para satisfacer las necesidades de la población.	CNT, EERSA, EMAPAR.	1 año	\$25.000

Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.
Revisado y Validado por: Ingeniero Roberto Herrera.

TABLA N° 18
PROGRAMA DE CONSERVACIÓN

PROGRAMA 3: Conservación del Patrimonio Natural de las Lagunas de Atillo.					
NOMBRE DEL PROYECTO	OBJETIVOS	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	PERSONAL RESPONSABLE	TIEMPO DE EJECUCIÓN	PRESUPUESTO
3.1. Conservación y protección de la flora y fauna de las Lagunas de Atillo.	Proteger a las especies y conservar el hábitat a la que pertenezcan y que tengan un lugar libre de contaminación ambiental.	Conservar la flora y fauna de las Lagunas de Atillo porque es muestra de la diversidad ecológica que existe en este lugar.	Ministerio del Ambiente y Comunidad de Atillo.	Permanente	\$5.000
3.2. Procesos para el manejo de los recursos naturales.	Promover un proceso continuo de educación ambiental y capacitación en el manejo de recursos naturales.	Definir y señalar el estado de conservación de los componentes del patrimonio natural y biodiversidad del sector.	Ministerio del Ambiente y la Comunidad de Atillo.	Permanente	\$5.000
3.3. Reciclaje de desechos (clasificación de residuos orgánicos e inorgánicos).	Contribuir al cuidado y preservación del medio ambiente, fortaleciendo la cultura del no desperdicio del papel y separar correctamente los desechos orgánicos e inorgánicos en el cantón.	Proceso donde materiales de desperdicio son recolectados, transformados y enviados a empresas especializadas para la realización de nuevos materiales que pueden ser utilizados o vendidos como nuevos productos o materias primas.	Equipo técnico del Ministerio del Ambiente	Permanente	\$15.000
3.4. Formación sobre Educación Ambiental.	Desarrollar actitudes responsables en relación con la protección al ambiente.	Proceso de aprendizaje dirigido a toda la población, con el fin de motivarla y sensibilizarla para lograr una conducta favorable hacia el cuidado del ambiente.	Ministerio del Ambiente.	Permanente	\$10.000

Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.
Revisado y Validado por: Ingeniero Roberto Herrera.

TABLA N° 19

PROGRAMA DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN

PROGRAMA 4: Educación y Formación en Turismo Consciente.					
NOMBRE DEL PROYECTO	OBJETIVOS	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	PERSONAL RESPONSABLE	TIEMPO DE EJECUCIÓN	PRESUPUESTO
4.1. Calidad en la educación superior en turismo.	Favorecer la formación adecuada a toda la población según sus respectivas actividades, para que el desarrollo de las mismas permita satisfacer las necesidades de nuestros turistas.	La calidad en educación superior involucra la capacidad concreta de las instituciones para incidir en los cambios que requiere la sociedad a fin de hacerla más próspera, justa, equitativa y solidaria.	Ministerio de Turismo.	1 año	\$10.000
4.2. Sensibilización ciudadana en turismo consciente.	Elaborar herramientas de sensibilización turística para lograr un mayor conocimiento de los atractivos que posee el cantón.	Desarrollo de la actividad turística, en condiciones de la sostenibilidad del recurso, así como a la promoción de sus valores autóctonos.	Ministerio de Turismo.	1 año	\$5.000
4.3. Planificación para el manejo del turismo consciente.	Desarrollar estrategias y políticas turísticas que garanticen un modelo turístico sostenible desde el punto de vista social, ambiental y económico.	Desarrollar un mejor conocimiento y comprensión de las contribuciones significativas que puede ofrecer el turismo sostenible al medio ambiente y a la economía.	Ministerio de Turismo.	1 año	\$5.000
4.4. Principios de Turismo consciente en relación con nuestro patrimonio natural y cultural.	Promocionar las actitudes y conductas que favorezcan la conservación y protección del patrimonio natural y cultural.	Desarrollo cultural y natural sostenible, es aquel que da la posibilidad a cada ser humano a poder consentir el cuidado, la conservación, y la gestión de su patrimonio.	Ministerio de Turismo.	1 año	\$5.000

Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.
Revisado y Validado por: Ingeniero Roberto Herrera.

TABLA N° 20
PROGRAMA DE REVITALIZACIÓN CULTURAL

PROGRAMA 5: Revitalización Cultural de la zona.					
NOMBRE DEL PROYECTO	OBJETIVOS	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	PERSONAL RESPONSABLE	TIEMPO DE EJECUCIÓN	PRESUPUESTO
5.1. Conservación de la Identidad cultural el cantón Guamote.	Implementar actividades encaminadas a sensibilizar a la comunidad sobre costumbres y hábitos que hacen parte de su cultura.	Son elementos que permiten identificarnos, caracterizarnos, mostrar que tenemos en común y que nos diferencia de otros pueblos,	Ministerio de Cultura.	Permanente	\$5.000
5.2. Potenciar el patrimonio cultural de la zona.	Desarrollarla implementación y el cumplimiento de normas orientados para la conservación preventiva del patrimonio cultural.	Conjunto de creaciones realizadas por un pueblo a lo largo de su historia, las mismas que se distinguen de los demás pueblos y le dan su sentido de identidad.	Ministerio de Cultura.	Permanente	\$5.000
5.3. Apoyar el desarrollo y difusión de las expresiones culturales del cantón.	Fomentar una actitud positiva y abierta hacia las manifestaciones culturales del cantón.	Se expresan de varias formas, las tradiciones, el habla, el vestir, el comportarse, además de las manifestaciones artísticas y literarias que también son diversas y peculiares.	Ministerio de Cultura.	Permanente	\$5.000
5.4. Concientizar a los pobladores sobre los atractivos culturales que posee el cantón.	Desarrollar productos Turísticos Culturales en el cantón para mejorar e incrementar su oferta e imagen turística.	Es un producto básico en un destino determinado, para captar otro tipo de mercado, de esta manera se logrará diferenciar de otros.	Ministerio de Cultura.	Permanente	\$5.000

Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.
Revisado y Validado por: Ingeniero Roberto Herrera.

TABLA N° 21

PROGRAMA DE MARKETING Y PUBLICIDAD

PROGRAMA 6: Marketing y Publicidad.						
NOMBRE DEL PROYECTO	OBJETIVOS	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	PERSONAL RESPONSABLE	TIEMPO DE EJECUCIÓN	PRESUPUESTO	
6.1. Entorno en marketing turístico.	Posicionar a Guamote como un destino turístico a nivel nacional e internacional.	Conjunto de acciones tendientes a proporcionar satisfacción al cliente de una manera prologada.	Ministerio de Turismo.	Permanente	\$10.000	
6.2. Diseño de material publicitario.	Dar a conocer una imagen de marca que permita que el receptor identifique y diferencie el producto turístico anunciado frente a sus competidores.	Propone influir en el consumidor, induciéndole a utilizar los productos turísticos que el cantón pone a su disposición.	Ministerio de Turismo.	Permanente	\$10.000	
6.3. Promoción de los atractivos turísticos.	Orientar la promoción con base en la demanda de los segmentos de mercado de mayor rentabilidad de la inversión promocional	Promocionar los productos y destinos, en el mercado nacional e internacional, a través del trabajo conjunto entre todos los actores de la actividad turística.	Ministerio de Turismo y Municipio de Guamote.	Permanente	\$10.000	
6.4. Elaboración de paquetes turísticos.	Brindar información sobre posibilidades turísticas del cantón describiendo sus atractivos y servicios.	Incentiva mayor afluencia de visitantes al cantón orientando a nuevas corrientes turísticas y fomentando la creación de nuevos productos.	Ministerio de Turismo.	Permanente	\$10.000	

Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.
Revisado y Validado por: Ingeniero Roberto Herrera.

6.13 PRESUPUESTO PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DEL CANTÓN GUAMOTE.

**TABLA N° 22
PRESUPUESTO DE EJECUCIÓN DEL PLAN**

PROGRAMAS	TOTAL PROGRAMAS
1. Capacitación para los prestadores de servicio.	20.000
2. Facilidades Turísticas.	130.000
3. Conservación del patrimonio natural de las Lagunas de Atillo.	35.000
4. Educación y formación en turismo consciente.	25.000
5. Revitalización cultural de la zona.	20.000
6. Marketing y Publicidad.	40.000
Total Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del Cantón Guamote.	270.000

Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.
Revisado y Validado por: Ingeniero Roberto Herrera.

7. ELABORACIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS

7.1 PAQUETES TURÍSTICOS

Un paquete turístico es un producto que se comercializa de forma única. Contiene dos o más servicios de carácter turístico, como alojamiento, manutención y transporte, por el cual se abona un precio dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.

Pasos para elaborar un paquete turístico

1. Etapa previa levantamiento de información
2. Investigación de mercado: Interés del viajero, perfil del viajero.
3. Investigación del producto: Investigaciones de rutas turísticas, tiempos, destinos, vías de acceso.

Estructuración del Paquete

1. Esquemas de programación, plantillas por producto, productos por rangos.
2. Definir Itinerario
3. Definir proveedores (preformas, cotizaciones)
4. Variaciones de la programación, noches adicionales, descuento de niños, infantes, suplemento en sencilla.
5. Precio de venta al público: comisiones, tarjeta de crédito.
6. Elaboración del producto final, descripción de itinerario y tarifas.
7. Inducción al personal sobre el producto final.

Elementos para el diseño de un tour o paquete

1. Asignación de un nombre todo tour o paquete lleva un nombre debe ser sencillo, fácil de entender y sugestivo.

Puede señalar el recorrido y lugares que van a ser visitados, características del lugar. Puede señalar la calidad del paquete.

2. Diseño geográfico es una presentación del recorrido sobre un mapa.

Puede utilizarse un mapa y trazarlo sobre este, puede simbología o que represente un atractivo típico de cada lugar, puede insertarse una fotografía con el lugar característico del destino.

3.- Inventario de recursos es un listado de todos los atractivos que pueden ser visitados.

Inventario de la planta turística es el listado de todos los prestadores de servicios turísticos.

Ruta definitiva es la selección definitiva de los recursos y atractivos que van a ser visitados.

- a) **Programación.-** Es la etapa más importante en la elaboración de paquetes, ya que se trata de una descripción detallada de todas las actividades que van a cumplirse en los diversos atractivos, la descripción se hace día a día.
- b) **Condiciones generales.-** Es la descripción de condiciones relativas al pago del tour, cancelación del tour, reembolsos, monto, responsabilidades de la agencia, aclaración de los servicios que se incluyen y no incluyen en el paquete.
- c) **Etapa post – venta.-** Seguimiento de resultados retroalimentación de comentarios, percepciones, comodidad, la satisfacción del cliente a través de en encuestas directas o indirectas, programación y reestructuración del paquete, corrigiendo, mejorando o reemplazarlo.
(<http://www.slideshare.net/elysilva86/elaboracion-de-paquetes-tursticos>).

PAQUETE N° 001
“VISITA A LAS LAGUNAS DE ATILLO EN EL PARQUE NACIONAL
SANGAY”

DURACIÓN: 1 día

CARÁCTER: Naturaleza

DIFICULTAD: Media

RECORRIDO: Riobamba, Guamote/Atillo

PRECIO POR PAX: \$33,60

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE

La laguna de Atillo tiene un marco impresionante, con una isla al norte del espejo, llena de vegetación natural propia del bosque andino y su fauna característica, ofrece la oportunidad de realizar pesca deportiva, paseos en sus riberas o en bote y camping.

ITINERARIO

Día 1

07h00 Salida Riobamba- Guamote

09h00 Arribo Refugio Alto Andino Atillo

09h30 Desayuno

10h30 Charla sobre Educación Ambiental

11h00 Cabalgata alrededor de las Lagunas

12h00 Box Lunch

13h00 Pesca deportiva

14h00 Almuerzo

15h00 Salida a Cebadas

16h00 Visita Lácteos Cebadeñito

17h30 Llegada a Riobamba

El paquete Incluye:

1. Transporte
2. Alimentación: desayuno, almuerzo y box lunch
3. Caballos, arrieros

4. Guía especializada
5. Pesca deportiva
6. Material informativo
7. Recuerdo

RECOMENDACIONES

1. Llevar ropa abrigada, poncho de aguas, botas de caucho, gorra, bloqueador.
2. Calzado cómodo
3. Cámara fotográfica

Nota: Cumplir los horarios establecidos, respetar las normas del área protegida y no llevar bebidas alcohólicas.

TABLA N° 23

COSTO DEL PAQUETE N° 001

CONCEPTO	12 PAX PRECIO UNITARIO
GUIANZA	1,25
TRANSPORTE TERRESTRE	8,00
DESAYUNO	1,50
ALMUERZO	2,00
BOX LUNCH	1,50
RECUERDO	1,00
ALQUILER CABALLO	7,00
PESCA DEPORTIVA	1,00
MATERIAL INFORMATIVO	0,50
SUBTOTAL	23,75
COSTO ADM. 15%	4,00
IMPUESTOS	2,85
COSTOS TOTALES	30,60
UTILIDAD 10%	3,00
PRECIO DE VENTA	33,60

Fuente y Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

PAQUETE N° 002
“RECORRIDO GUAMOTE PATRIMONIAL HACIA LA NARIZ DEL
DIABLO”

DURACIÓN: 1 día

CARÁCTER: Naturaleza

DIFICULTAD: Media

RECORRIDO: Riobamba, Guamote/Nariz del diablo

PRECIO POR PAX: \$43,70

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE

Dentro de los hechos más trascendentales de la historia del Ecuador está sin duda alguna la construcción del Ferrocarril Interprovincial que unía por primera vez a muchas regiones de la patria.

Uno de los atractivos turísticos del Ecuador y de la provincia Chimborazo es lo que fue llamado alguna vez "el ferrocarril más difícil del mundo". Este tren parte de Riobamba, pasa por Guamote y Alausí y desciende por "la nariz del diablo"- una pared de roca muy empinada - a la zona tropical de la costa ecuatoriana, llegando finalmente a Guayaquil.

ITINERARIO

Día 1

06h00 Salida de Riobamba hacia Guamote

07h00 Llegada a Guamote

07h15 Desayuno

08h00 City Tour Centro Histórico

08h30 Visita Talabartería el Rodeo

10h00 Abordaje del tren

10h15 Recorrido Guamote- Nariz del diablo en tren

11h00 Box Lunch

13h00 Visita Nariz del diablo

14h30 Almuerzo

15h00 Retorno

17h30 Llegada a Riobamba

El paquete Incluye:

1. Transporte
2. Ticket de tren
3. Alimentación: desayuno, almuerzo y box lunch
4. Guía especializado
5. Material informativo
6. Recuerdo

RECOMENDACIONES

1. Llevar ropa abrigada, gorra, bloqueador.
2. Cámara fotográfica

Nota: Cumplir los horarios establecidos y no llevar bebidas alcohólicas.

TABLA N° 24**COSTO DEL PAQUETE N° 002**

CONCEPTO	15 PAX PRECIO UNITARIO
GUIANZA	1,25
TRANSPORTE TERRESTRE	7,50
DESAYUNO	1,50
ALMUERZO	2,00
BOX LUNCH	1,50
TICKET ABORDAJE TREN	15,00
RECUERDO	2,00
MATERIAL INFORMATIVO	0,50
SUBTOTAL	31,25
COSTO ADM. 15%	4,70
IMPUESTOS	3,75
COSTOS TOTALES	39,70
UTILIDAD 10%	3,97
PRECIO DE VENTA	43,70

Fuente y Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

PAQUETE N° 003
“GUAMOTE CULTURA Y AVENTURA”

DURACIÓN: 2 días

CARÁCTER: Cultura y Naturaleza

DIFICULTAD: Media

RECORRIDO: Riobamba, Guamote/Nariz del diablo

PRECIO POR PAX: \$63,56

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE

La feria que quizá concentra las manifestaciones culturales más importantes del cantón se desarrolla los días jueves de todo el año, en el sector urbano de la parroquia La Matriz, a 50 km. de la ciudad de Riobamba, en la actualidad es visitada por turistas extranjeros por la naturalidad y riqueza cultural que se vive en ella. Usted puede visitar el jueves la feria indígena y hospedarse, para al día siguiente esperar para iniciar el viaje hacia la Nariz del Diablo.

ITINERARIO

Día 1

07h00 Salida Riobamba hacia Guamote

08h00 Llegada a Guamote

08h30 Hospedaje

09h00 Desayuno

10h00 Charla informativa

10h30 Recorrido Feria Indígena

13h00 Almuerzo

14h00 Visita al Centro Artesanal Estrella de la Mañana

15h00 Visita a la Talabartería el Rodeo

16h30 Visita a la Granja Agroecológica Totorillas

19h00 Merienda

20h00 Programa especial típico de la zona.

21h00 Descanso

Día 2

07h00 Desayuno

08h00 Recorrido Centro Histórico

09h30 Abordaje Tren

10h00 Salida Guamote Nariz del Diablo

11h00 Box Lunch

13h00 Visita Iglesia de Guamote

14h00 Almuerzo

15h30 Retorno a la ciudad de Riobamba

16h30 Llegada

El paquete Incluye:

1. Transporte
2. Ticket de tren
3. Alimentación: desayuno, almuerzo, cena y box lunch
4. Guía especializado
5. Material informativo
6. Recuerdo

RECOMENDACIONES

1. Llevar ropa abrigada, gorra, bloqueador.
2. Cámara fotográfica

Nota: Cumplir los horarios establecidos y no llevar bebidas alcohólicas.

TABLA N° 25**COSTO DEL PAQUETE N° 003**

CONCEPTO	15 PAX PRECIO UNITARIO
2 GUIANZA	2,50
2 TRANSPORTE TERRESTRE	16,00
2 DESAYUNOS	3,00
2 ALMUERZOS	4,00
CENA	2,00
BOX LUNCH	1,50
RECUERDO	1,00
TICKET TREN	15,00
MATERIAL INFORMATIVO	0,50
SUBTOTAL	45,50
COSTO ADM. 15%	6,82
IMPUESTOS	5,46
COSTOS TOTALES	57,78
UTILIDAD 10%	5,78
PRECIO DE VENTA	63,56

Fuente y Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 CONCLUSIONES

- El Plan de desarrollo Turístico Sostenible para el Cantón Guamote, contribuye a la población local, sobre cómo aprovechar los recursos naturales y culturales, para incrementar las fuentes de trabajo y elevar el bienestar de la población.
- Los programas y proyectos tienen como meta mejorar el manejo de los recursos turísticos naturales y culturales, los mismos que siguen la metodología del PLANDETUR 2020.
- Con el diseño de Paquetes Turísticos, pretendemos potencializar los atractivos turísticos naturales y culturales.
- Los elementos esenciales que nos ayudarán a cumplir el objetivo de estudio son la promoción publicitaria, la creatividad y la producción.

8.2 RECOMENDACIONES

- Poner en marcha este Plan de Desarrollo, para impulsar el turismo en el cantón y lograr más ingresos a los pobladores el cual brindará una estabilidad económica.
- Los 6 programas establecidos deberán ser estudiados por parte del Municipio de Guamate y así permitir su aprovechamiento de una manera sostenible para el desarrollo turístico del cantón.
- Los paquetes turísticos diseñados deben ser ejecutados por parte de la Jefatura de Turismo, para de esta forma dar realce a los atractivos naturales y culturales que posee el cantón.
- Se recomienda la promoción publicitaria que se propone en este Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para dar una mejor visión al turista de los atractivos del cantón.

CAPÍTULO VII

7. BIBLIOGRAFÍA

- Ayala, Luis (2011). *Planeación y administración estratégica*.
- Conferencia Mundial Turismo Sostenible (1995). *Carta de Turismo Sostenible Lanzarote*. Islas Canarias. España.
- Crosby, Arturo. *Elementos básicos para un Turismo Sostenible en las áreas naturales*.
- Laborda, L. De Zuani, E. (2009). *Fundamentos de la gestión empresarial*. Argentina: Valletta Ediciones.
- Ministerio de Turismo (2007). *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020*.
- Ministerio del Ambiente (2011). *Afluencia turística al Parque Nacional Sangay*. 2-5. Chimborazo.
- Municipio de Guamote (2010). *Inventario de Atractivos Turísticos*.
- Pérez de las Heras, Mónica (2008). *Manual del Turismo Sostenible*. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa.
- Quesada, R. (2010). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia San José.
- Román, B. (2010). *Turismo Responsable*. Chile.
- Sernatur Chile. *Manual de Procedimientos para la construcción de un Plan de desarrollo Turístico*.
- Tierra, Nancy (2010a). *Texto básico de certificación turística*. Ecuador: Corporación Editora Nacional.
- Tierra, Nancy (2010b). *Texto básico de planificación territorial*. Ecuador: Corporación Editora Nacional.

7.2 LINKOGRAFÍA

- <http://www.municipiodeguamote.gob.ec/2013/index.php/guamote/sistema-economico-ambiental>. 2013/04/08.
- <http://www.vivecuador.com>. 2013/05/22.
- <http://www.redturismosostenible.org/ivencuentro/FOchoa.pdf>. 2013/06/04.
- <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=2>. 2013/03/20.
- <http://www.greenfacts.org/es/glosario/pqrs/sostenibilidad.htm>. 2013/04/07.
- <http://www.magdalaeconomia.blogspot.com/2010/09/tipos-de-oferta.html>. 2013/04/08
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>. 2013/06/08.
- <http://www.definicionabc.com/comunicacion/postal.php>. 2013/05/08.

CAPÍTULO VIII

8. ANEXOS

8.1 ENCUESTA-ESPAÑOL



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

FECHA: **FORMULARIO No.**
ENCUESTA DIRIGIDA PARA TURISTAS NACIONALES Y
EXTRANJEROS

Esta encuesta tiene como objetivo investigar al turista nacional y extranjero que visita este atractivo turístico para conocer sus necesidades y sus perspectivas turísticas que espera del mismo.

Toda la información que usted nos proporcione es confidencial, la misma que no se publicará de forma individual, se utilizará la información para datos estadísticos.

Instrucciones:

1. Marque con una (x) el paréntesis que indique su respuesta

DATOS INFORMATIVOS

1. ¿Cuál es su género?

Femenino ()

Masculino ()

2. ¿Cuál es su edad?

1. [10- 20] ()

2. [21 -30] ()

3. 31-40] ()

4. [41-50] ()

5. [51 o más] ()

3. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

1. Primaria ()

2. Secundaria ()

3. Nivel Medio ()

4. Superior ()

4. ¿Cuál es su nacionalidad?

1. País..... 2. Ciudad.....

5. ¿Cuál es su motivo de viaje?

1. Negocios ()

2. Trabajo ()

3. Turismo ()

6. ¿Con quién viaja usted?

1. Solo ()

2. En familia ()

3. Con amigos ()

7. ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar?

1. Turismo cultural ()

2. Turismo de naturaleza ()

3. Turismo de ciudad ()

4 Turismo de aventura ()

8. ¿Por qué medio de comunicación usted conoce sitios turísticos?

- 1. Televisión ()
- 2. Internet ()
- 3. Guías turísticas ()
- 4. Amigos ()

9. ¿Qué actividades turísticas a usted le gustaría realizar en el Parque Nacional Sangay?

- 1. Cabalgatas ()
- 2. Observación de flora y fauna ()
- 3. Convivencia cultural ()
- 4. Paseo en canoa ()
- 5. Senderos para bicicleta ()
- 6. Pesca deportiva ()
- 7. Otros.....

10. ¿Durante su visita con qué servicios y facilidades turísticas le gustaría tener?

- 1. Alojamiento ()
- 2. Alimentación ()
- 3. Guianza ()
- 4. Senderos señalizados ()
- 5. Información Turística ()

11. ¿Cuál sería su disponibilidad de dinero para gastar durante su visita al Parque Nacional Sangay?

- 1. (15 -25] ()
- 2. (26- 35] ()
- 3. (36 – 40] ()
- 4. (46- o más] ()

12. ¿Su estancia promedio sería?

- 1. 1 a 2 días ()
- 2. 3 a cuatro días ()
- 3. 5 a más días ()

13¿Piensa usted que al implementar un plan de desarrollo turístico sostenible para el cantón Guamote se puede generar nuevas alternativas de turismo que contribuyan al desarrollo turístico?

1. SI ()

2. NO ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

8.2 JERAQUIZACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES DEL CANTÓN GUAMOTE

VALORACIÓN DEL RECURSO: COMPLEJO LACUSTRE ATILLO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a. Valor Intrínseco	15
	b. Valor Extrínseco	15
	c. Entorno	5
	d. Estado de conservación	6
	Subtotal 1	41
Apoyo	a. Acceso	8
	b. Servicios	4
	c. Asociación con otros atractivos	5
	Subtotal 2	17
Significado	a. Local	
	b. Provincial	
	c. Nacional	7
	d. Internacional	
	Subtotal 3	7
TOTAL (subtotal 1 + subtotal 2 + subtotal 3)		65

JERARQUIA

III

VALORACIÓN DEL RECURSO: CUEVA DEL LUTERANO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a. Valor Intrínseco	5
	b. Valor Extrínseco	5
	c. Entorno	5
	d. Estado de conservación	6
	Subtotal 1	21
Apoyo	a. Acceso	8
	b. Servicios	5
	c. Asociación con otros atractivos	1
	Subtotal 2	14
Significado	a. Local	2
	b. Provincial	
	c. Nacional	
	d. Internacional	
	Subtotal 3	2
TOTAL (subtotal 1 + subtotal 2 + subtotal 3)		37

JERARQUIA

I

VALORACIÓN DEL RECURSO: MIRADOR MIRA LOMA

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a. Valor Intrínseco	4
	b. Valor Extrínseco	4
	c. Entorno	2
	d. Estado de conservación	2
	Subtotal 1	12
Apoyo	a. Acceso	5
	b. Servicios	5
	c. Asociación con otros atractivos	1
	Subtotal 2	11
Significado	a. Local	2
	b. Provincial	
	c. Nacional	
	d. Internacional	
	Subtotal 3	2
TOTAL (subtotal 1 + subtotal 2 + subtotal 3)		25

JERARQUIA

I

VALORACIÓN DEL RECURSO: DUNAS DE ARENA

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a. Valor Intrínseco	5
	b. Valor Extrínseco	5
	c. Entorno	4
	d. Estado de conservación	4
	Subtotal 1	18
Apoyo	a. Acceso	5
	b. Servicios	5
	c. Asociación con otros atractivos	1
	Subtotal 2	11
Significado	a. Local	2
	b. Provincial	
	c. Nacional	
	d. Internacional	
	Subtotal 3	2
TOTAL (subtotal 1 + subtotal 2 + subtotal 3)		31

JERARQUIA

II

**VALORACIÓN DEL RECURSO: PÁRAMO PULL-
QUISHUAR**

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a. Valor Intrínseco	10
	b. Valor Extrínseco	8
	c. Entorno	10
	d. Estado de conservación	10
	Subtotal 1	38
Apoyo	a. Acceso	4
	b. Servicios	4
	c. Asociación con otros atractivos	1
	Subtotal 2	9
Significado	a. Local	2
	b. Provincial	
	c. Nacional	
	d. Internacional	
	Subtotal 3	2
TOTAL (subtotal 1 + subtotal 2 + subtotal 3)		49

JERARQUIA

II

**VALORACIÓN DEL RECURSO: PÁRAMO SAN VICENTE DE
TABLILLAS**

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a. Valor Intrínseco	8
	b. Valor Extrínseco	6
	c. Entorno	2
	d. Estado de conservación	6
	Subtotal 1	22
Apoyo	a. Acceso	5
	b. Servicios	4
	c. Asociación con otros atractivos	1
	Subtotal 2	10
Significado	a. Local	2
	b. Provincial	
	c. Nacional	
	d. Internacional	
	Subtotal 3	2
TOTAL (subtotal 1 + subtotal 2 + subtotal 3)		34

JERARQUIA

II

VALORACIÓN DEL RECURSO: PÁRAMO PANCÚN-ICHUBAMBA

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a. Valor Intrínseco	9
	b. Valor Extrínseco	7
	c. Entorno	2
	d. Estado de conservación	6
	Subtotal 1	24
Apoyo	a. Acceso	5
	b. Servicios	4
	c. Asociación con otros atractivos	1
	Subtotal 2	10
Significado	a. Local	2
	b. Provincial	
	c. Nacional	
	d. Internacional	
	Subtotal 3	2
TOTAL (subtotal 1 + subtotal 2 + subtotal 3)		36

JERARQUIA

II

**VALORACIÓN DEL RECURSO: FUENTE DE AGUA DEL
DEL SEÑOR DE LA MISERICORDIA**

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a. Valor Intrínseco	4
	b. Valor Extrínseco	3
	c. Entorno	2
	d. Estado de conservación	2
	Subtotal 1	11
Apoyo	a. Acceso	8
	b. Servicios	4
	c. Asociación con otros atractivos	1
	Subtotal 2	13
Significado	a. Local	2
	b. Provincial	
	c. Nacional	
	d. Internacional	
	Subtotal 3	2
TOTAL (subtotal 1 + subtotal 2 + subtotal 3)		26

JERARQUIA

I

VALORACIÓN DEL RECURSO: MIRADOR TURÍSTICO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a. Valor Intrínseco	1
	b. Valor Extrínseco	2
	c. Entorno	5
	d. Estado de conservación	4
	Subtotal 1	12
Apoyo	a. Acceso	6
	b. Servicios	4
	c. Asociación con otros atractivos	1
	Subtotal 2	11
Significado	a. Local	2
	b. Provincial	
	c. Nacional	
	d. Internacional	
	Subtotal 3	2
TOTAL (subtotal 1 + subtotal 2 + subtotal 3)		25

JERARQUIA

I

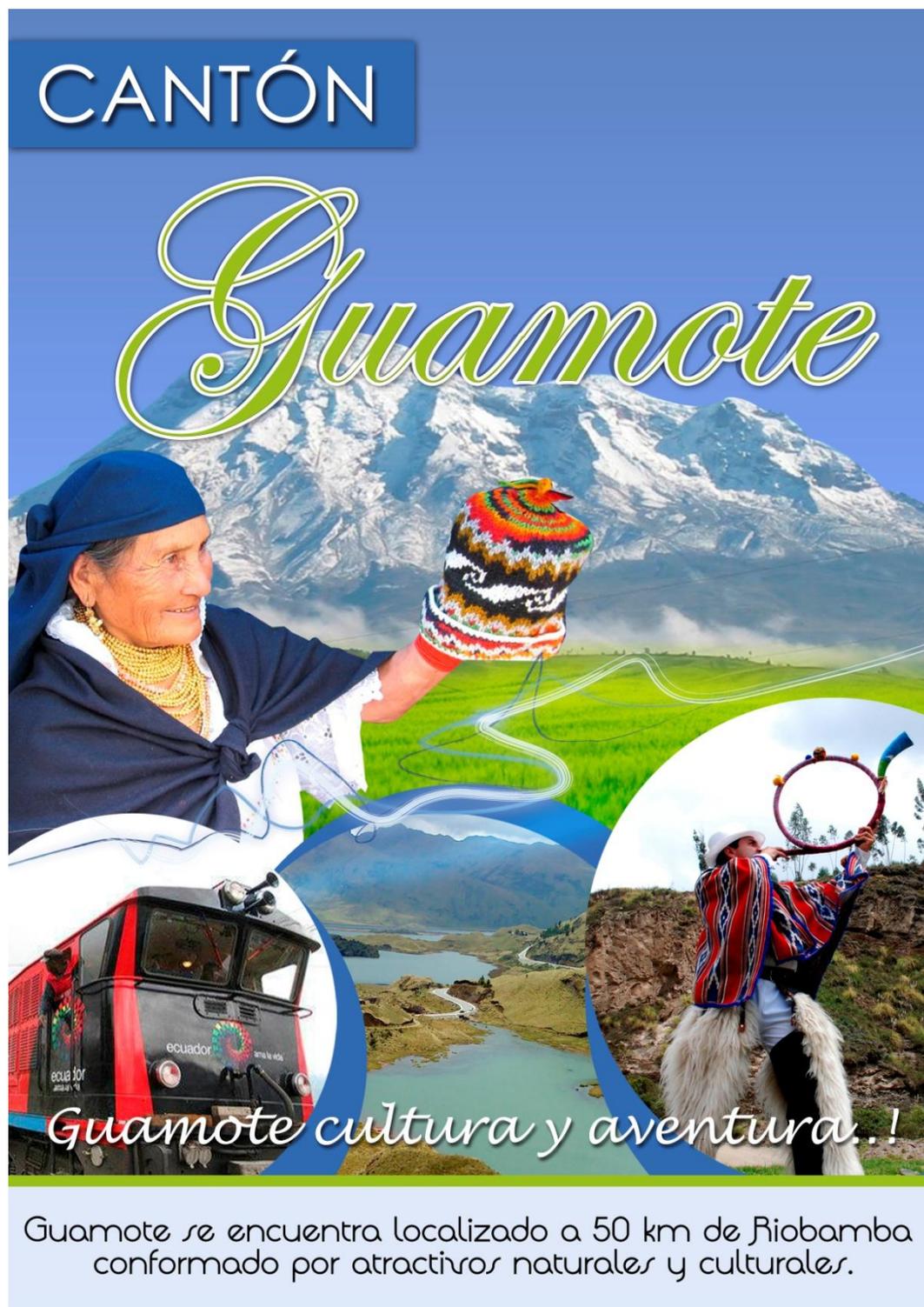
VALORACIÓN DEL RECURSO: IGLESIA INCA

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
Calidad	a. Valor Intrínseco	3
	b. Valor Extrínseco	2
	c. Entorno	5
	d. Estado de conservación	6
	Subtotal 1	16
Apoyo	a. Acceso	3
	b. Servicios	3
	c. Asociación con otros atractivos	1
	Subtotal 2	7
Significado	a. Local	2
	b. Provincial	
	c. Nacional	
	d. Internacional	
	Subtotal 3	2
TOTAL (subtotal 1 + subtotal 2 + subtotal 3)		25

JERARQUIA

I

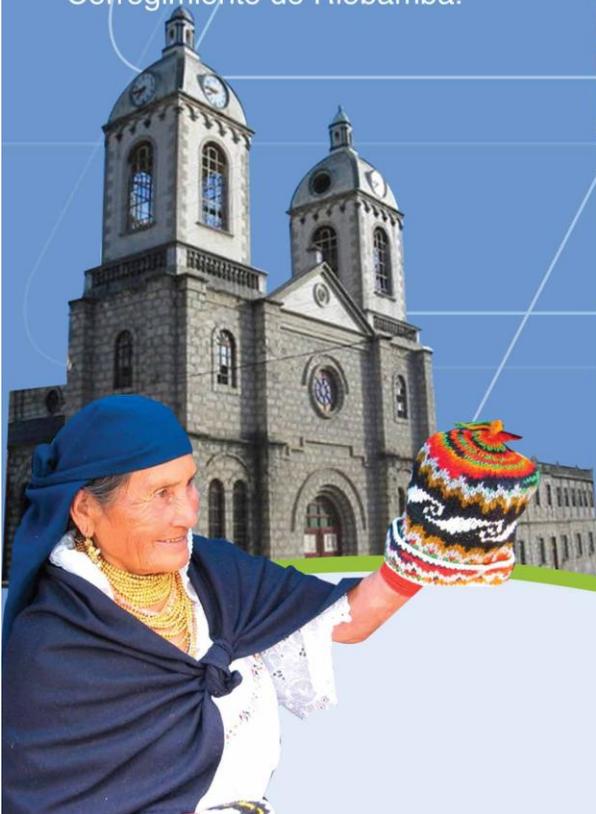
8.3 AFICHE Y TRÍPTICO



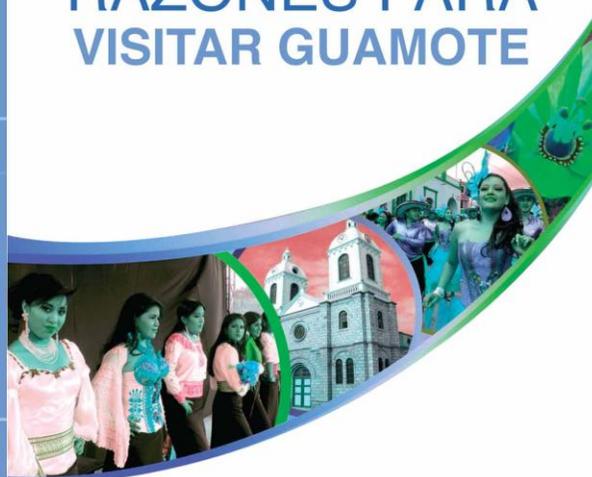
HISTORIA

Guamote es una población muy antigua que ya existía antes de la conquista.

Su fundación española se remonta al año 1613, y al crearse la Real Audiencia de Quito fue asignada al Corregimiento de Riobamba.



RAZONES PARA VISITAR GUAMOTE



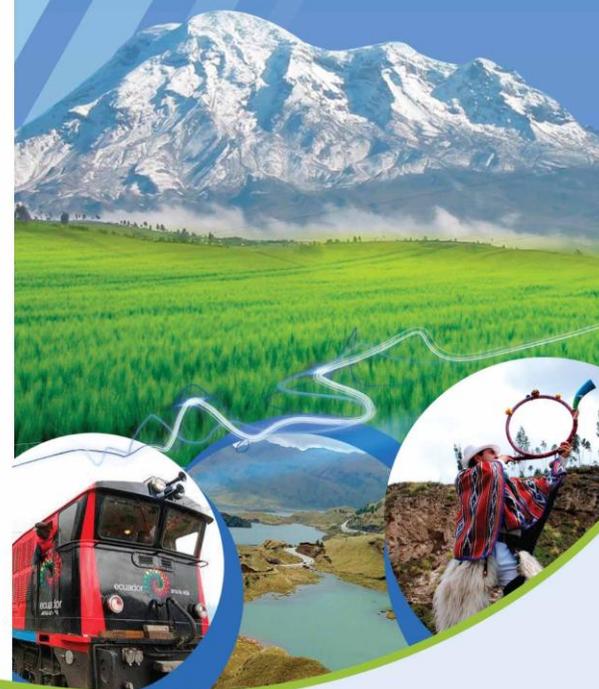
- Riqueza natural.
- Patrimonio Cultural
- Gastronomía típica y tradicional..
- Gente amable



CANTÓN

Guamote

Guamote cultura y aventura..!



ATRATIVOS TURÍSTICOS

NARÍZ DEL DIABLO



En una aventura al filo de la montaña, con los nervios a flor de piel el tren baja en zigzag, mediante avances y retrocesos continuos, logrando descender la pendiente de roca enorme denominada nariz del diablo.

La Nariz del Diablo es una roca gigantesca en forma de nariz por cuyas faldas corre el tren hasta llegar un punto en el que tiene que retroceder y avanzar en Zig-Zag.



LAGUNAS DE ATILLO



La laguna de Atillo tiene un marco impresionante, con una isla al norte del espejo, llena de vegetación natural propia del bosque andino y su fauna característica, ofrece la oportunidad de realizar pesca deportiva, paseos en sus riberas o en bote y camping.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

FERIA INDÍGENA



La feria que quizá concentra las manifestaciones culturales más importantes del cantón se desarrolla los días jueves de todo el año, en el sector urbano de la parroquia La Matriz, a 50 km. de la ciudad de Riobamba, en la actualidad es visitada por turistas extranjeros por la naturalidad y riqueza cultural que se vive en ella.



8.4 LOGOTIPO



8.5 PROYECTO DE TESIS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

TÍTULO:

**“PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA MEJORAR LA
GESTIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN GUAMOTE PROVINCIA DE
CHIMBORAZO”**

AUTOR:

VANESA JARA

2011 – 2012

ASPECTOS GENERALES:

TÍTULO DEL PLAN DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA MEJORAR LA GESTIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN GUAMOTE-PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

- **AUTORA**

Vanesa Margarita Jara Córdova

- **ASESOR**

Msc. Silvia Aldaz

- **COLABORADORES**

Dr. Héctor Pacheco

Corporación para el Desarrollo del Territorio de las Cuencas de los Ríos Chanchan y Chimbo (CODECH).

Municipio de Guamote

- **LUGAR DE REALIZACIÓN**

Cantón Guamote

- **TIEMPO ESTIMADO DE ESTUDIO**

Tendrá una duración de seis meses.

- **BENEFICIARIOS**

Cantón Guamote

La CODECH

- **COSTO ESTIMADO**

Se estima un costo de \$5.000 dólares.

- **FINANCIAMIENTO**

Ministerio del Ambiente

Ministerio de Turismo

1. TÍTULO DEL PROYECTO

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA MEJORAR LA GESTIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN GUAMOTE–PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

2. PROBLEMATIZACIÓN

2.1. IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La desorganización de los actores involucrados directa e indirectamente al turismo, la desvalorización del Patrimonio Turístico, políticas turísticas, las insuficientes ordenanzas para el desarrollo de un turismo sostenible y la poca sensibilización y responsabilidad social son causas principales de una débil planificación turística que limita la diversificación de la oferta turística del cantón Guamote y el deterioro de un alto porcentaje de atractivos turísticos naturales y culturales conjuntamente con el incremento de acciones de insostenibilidad que influye en el desarrollo turístico sostenible y el inadecuado uso y consumo de bienes y servicios.

Por el bajo desenvolvimiento de la actividad turística en el cantón Guamote, sus pobladores se ven obligados a emigrar a otras ciudades en busca de nuevas oportunidades de empleo, con este desplazamiento se está perdiendo la identidad cultural, ya que están adoptando la cultura de la ciudad en la que residen.

Por la inexistencia de un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible en el cantón Guamote impide la planificación, organización, el buen desenvolvimiento de la actividad turística y un crecimiento económico de la zona. No se puede competir en el mercado turístico actual, ya que las exigencias y requerimientos de los turistas son cambiantes.

El cantón Guamote cuenta con varios atractivos naturales, culturales, los cuales no son utilizados correctamente, es por este motivo que un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible sería de gran ayuda para promocionar de mejor manera el cantón.

Además con la existencia de un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible se podrá alcanzar el logro de los objetivos turísticos nacionales, ofertar y comercializar de manera correcta los servicios turísticos que posee el cantón Guamote, lo que generará satisfacción de los visitantes que llegan al lugar.

Desde el punto de vista de la calidad del territorio turístico, se hace indispensable la realización de un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible como una herramienta de comunicación y de acogida al cliente, con la cual estamos lanzándole, mensajes al consumidor sobre que consumir, que visitar, por qué y cuánta importancia le damos al recurso o al destino.

2.2. ANÁLISIS CRÍTICO

El Plan de Desarrollo Turístico Sostenible que se va realizar fomentará las diversas motivaciones del turista para descubrir y recorrer el cantón con oportunidades diferenciadas para segmentos del mercado que buscan una combinación única de calidez, diversidad cultural y natural.

2.3. PROGNOSIS

La investigación que se va a realizar tiene el propósito de aumentar la economía y la actividad turística que se ofrecen otorgando con calidad a los destinos turísticos desde la gestión local con la implementación de un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible.

2.4. DELIMITACIÓN

Las delimitaciones posibles de encontrar en esta investigación son el tiempo, el espacio físico y la información.

2.5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo contribuirá el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para mejorar la Gestión Turística del cantón Guamote Provincia de Chimborazo?

2.6. OBJETIVOS

2.6.1 General

Realizar el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para mejorar la Gestión Turística del cantón Guamote Provincia de Chimborazo.

2.6.2 Específicos

- Fundamentar teóricamente las bases científicas para el plan de desarrollo turístico sostenible.
- Determinar el estudio de la oferta y la demanda turística del cantón Guamote.
- Diseñar un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para el cantón Guamote.

2.7. JUSTIFICACIÓN

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

La provincia de Chimborazo posee características ecológicas, climáticas y culturales que hacen de la Provincia un territorio turístico por excelencia, a pesar de ello la actividad turística se ha desarrollado de forma convencional, lo que ha generado un deterioro y depredación de los Recursos Naturales, debido a que se han desarrollado

proyectos y emprendimientos sin considerar la sostenibilidad social, económica y el impacto ambiental negativo con el entorno natural.

El cantón Guamote y sus parroquias no poseen un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible que permite identificar todos los puntos de interés turístico natural, cultural y de interés especial por tal motivo se genera confusión, desorientación, pérdida de interés y abandono del destino por parte de los visitantes

La ejecución del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible no solo facilita que los turistas satisfagan sus necesidades, sino más bien ayuda a que la población de Guamote, especialmente los prestadores de servicios turísticos mejoren sus ingresos económicos y por ende se eleva la calidad de vida de la población.

Por tanto, el presente trabajo impulsa el Desarrollo Turístico del cantón Guamote de una manera sostenible, aprovechando los recursos tanto naturales como culturales que poseen, haciendo que estos aporten al progreso del cantón y promuevan la generación de nuevas fuentes de trabajo, el respeto a la cultura, la conservación de la biodiversidad, el fortalecimiento capital social y la redistribución de la riqueza; para que junto con el compromiso de las autoridades del cantón se logre el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

3. MARCO TEÓRICO

3.1. ANTECEDENTES DEL TEMA

Se realizó una revisión bibliográfica de la presente investigación en el mismo que se ha identificado que no existe un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del cantón Guamote, Provincia de Chimborazo, pero se evidenció estudios realizados.

En el año 2010 – 2011 el equipo técnico de proyectos territoriales CODECH con el Consejo Provincial de Chimborazo realizó el Plan Social y Territorial de Turismo

Sostenible para lograr que el turismo en el cantón Guamote sea un eje dinamizador del desarrollo del país y un ejemplo en la gestión del desarrollo turístico equilibrado, con equidad, eficacia y eficiencia.

De esta manera permite armonizar la actividad turística del cantón Guamote para generar bienestar y reconocimiento de su riqueza cultural, natural, por su calidad de su biodiversidad del territorio.

3.2. ENFOQUE TEÓRICO

El cantón Guamote se ubica en las estribaciones de la cordillera Occidental, en consecuencia posee una diversidad en especies de flora, fauna y paisajes andinos de gran valor. El componente cultural que existe en la localidad representa la manifestación de hábitos y prácticas andinas más relevantes de la región.

Según el INEC 2001, la población del cantón representa el 8.7% del total de la Provincia de Chimborazo, la característica socio-demográfica es la coexistencia de los grupos poblacionales pertenecientes a la nacionalidad kichwa descendientes del pueblo Puruha con la población blanco-mestizo.

El primer grupo abarca el 94.6% de la localidad total cantonal y en su mayoría es bilingüe (kichwa-castellano) y el porcentaje restante corresponde a la población blanco-mestiza asentada en gran medida en la cabecera cantonal.

3.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

3.3.1 TURISMO

Es un conjunto de servicios que ofrecen los destinos turísticos que pretenden satisfacer las necesidades de las personas durante su viaje a lugares distintos a los de su entorno habitual, convirtiéndose en sostenible cuando se diseña para el desarrollo económico y de progreso social y cultural de la población ajustándose al entorno

natural y a las necesidades presentes sin comprometer las capacidades a las necesidades futuras. Estos servicios que son demandados por los turistas, incluyen una diversidad entre los cuales están los relacionados con el ocio, la contemplación y el disfrute de la naturaleza, la salud, los negocios, el conocimiento de otras culturas, los deportes de aventura.³⁵

3.3.2 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

a) Ecoturismo: En el cual los viajeros conocen la naturaleza contribuyendo a su conservación mediante la educación ambiental y generando beneficios para los pobladores locales a través del micro-empresa turísticas, como las de guías locales, de transporte de cabalgatas, de alojamiento, de artesanía, de folklore, de zoo criaderos.

b) Turismo de Aventura: Es aquel donde el contacto con la naturaleza requiere de grandes esfuerzos y altos riesgos, dada la naturaleza del mismo.

c) Turismo Científico: Donde investigadores, científicos y estudiantes realizan sus labores apoyadas en la biodiversidad en los diferentes campos de las ciencias naturales como biología, botánica, zoología, biogeografía, ecología.

d) El Agro ecoturismo: Se caracteriza porque el visitante se aloja en una habitación anexada a la vivienda, construida con los materiales de la misma, pero con estándares turísticos, consume los alimentos de la familia, convive con la familia y participa de las labores agrícolas, visitas a granjas integrales.

e) El Turismo Rural: Modalidad de turismo naturalista donde las comunidades rurales ofertan habitaciones de sus viviendas habitadas o destinan casas para ello. El eco turista se aloja en las mismas para disfrutar de la naturaleza y los modos de vida de dichas comunidades, sin participar activamente en las actividades económicas de la comunidad.

f) El Ictioturismo o pesca deportiva: Es la actividad turística naturalista diseñada para el eco turista conservacionista inclinado por dicha actividad, la que disfruta

³⁵ <http://hoteleriayturismo.blogspot.com/2005/05/introduccion-conceptos-bsicos-de.html>

viviendo la sensación de capturarla, medirla, pesarla y devolverla nuevamente al agua, para evitar la extinción de las especies.

g) Turismo Comunitario.- Surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, mestizas o afro descendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales.³⁶

3.3.3 TURISMO PROVINCIAL

La Provincia de Chimborazo está ubicada en la parte central de callejón interandino del Ecuador, limita al norte con la provincia de Tungurahua, al sur con las provincias de Cañar y Guayas, al este con la provincia de Morona Santiago y al oeste con la provincia de Bolívar. Su extensión alcanza los 6.600 kilómetros cuadrados, su capital es Riobamba, tiene gran variedad geográfica, cultural y étnica.³⁷

3.3.4 CANTÓN GUAMOTE

Guamote limita al norte con los cantones Colta y Riobamba, al sur con el cantón Alausí, al este con la provincia de Morona Santiago y al oeste con el cantón Pallatanga.

El territorio que hoy corresponde al cantón Guamote, estuvo habitado desde tiempos remotos por cacicazgos como los Guamutis, Atapos, BasanesPull, Tipines, Vishudes, entre otros.

En la actualidad el cantón Guamote está integrado por tres parroquias: la Matriz que lleva el mismo nombre y las parroquias rurales Cebadas y Palmira.

Dentro de los atractivos turísticos de Guamote tenemos:

³⁶ www.monografias.com/.../clasificación-turismo

³⁷ www.ecuadorextremo.com/provincias/chimborazo

- **Refugio alto andino de montaña Atillo.** Enclavado en el Parque Nacional Sangay. Situado junto al complejo lacustre de Atillo, a 56 km de Guamote. Cuenta con instalaciones para pesca deportiva de trucha, botes, hospedaje, alimentación típica de la región.
- **Complejo lacustre Atillo.** Constituido por un sinnúmero de lagunas de diferentes tamaños como la Laguna Negra, Cuyug, y Atillo. En los alrededores de estas lagunas, y entre riachuelos y cascadas, se puede encontrar una gran variedad de flora y fauna. Es una de las entradas más importantes a la Amazonía ecuatoriana.
- **Granja agro turística Totorillas.** Se sitúa a 9 km de la sede cantonal.
- **Camino del Inca.** Por él se puede llegar, atravesando páramos y poblados indígenas hasta las ruinas de Ingapirca.
- **Feria de Guamote.** Sigue las tradiciones del pueblo de los Puruhaes, habitantes autóctonos de la zona.
- **Estación de ferrocarril.** Desde Guamote se puede visitar en ferrocarril la Nariz del Diablo.
- **Paradero Restaurant LOS SASKINES** Ubicado a solo cinco minutos de las lagunas de Atillo, a orillas de la vía Riobamba-Macas. Comida nacional y local basado principalmente en trucha. Trabajamos con voluntarios internacionales. Servicio de guías e interpretación ambiental.³⁸

³⁸ <http://hoteleriayturismo.blogspot.com/2005/05/introduccion-conceptos-bsicos-de.html>

3.3.5 TURISTA

Principal actor de la actividad turística es la persona que viaja temporalmente fuera del lugar de su residencia habitual y permanece por lo menos una noche con fines de esparcimiento, descanso, interés cultural o cualquier otro propósito no lucrativo.³⁹

3.3.6 DEMANDA TURISTICA

La demanda turística es el resultado de todas las decisiones de las demandas individuales de los usuarios turísticos.

También se puede definir como la cantidad demandada por el mundo a cada uno de los precios de los productos y servicios que componen los viajes. Se supone que la variable más importante que afecta a la demanda es el PRECIO, diciéndose habitualmente que la demanda se comporta de manera decreciente respecto al incremento de este básicamente porque:

- ✓ Disminuye la capacidad adquisitiva del turista los turistas buscan productos sustitutivos a un determinado precio.
- ✓ Consecuentemente con este planteamiento, el primer elemento de decisión del turista deberá ser el precio y la cantidad de servicios y de productos que se ofrece.⁴⁰

3.3.7 CRITERIOS BÁSICOS DE ELECCIÓN

- ✓ Los productos y servicios no son básicamente iguales y no se pueden sustituir fácilmente unos por otros. Esto es debido a que tienen una serie de

³⁹ http://www.palermo.edu/economicas/hoteleria/Descripcion_cursos.html

⁴⁰ http://www.palermo.edu/economicas/hoteleria/Descripcion_cursos.html

características que les hacen diferentes, por que el turista lo que busca, es obtener el máximo bienestar posible del producto o servicio que compra.

- ✓ Cuando los productos son heterogéneos, el criterio básico de elección es la **COMPARABILIDAD** que consiste en comparar las características de un producto turístico con otro.
- ✓ El segundo criterio de elección de los turistas es **LA FIDELIDAD**, uno compra los productos o servicios turísticos por costumbre o tradición en una determinada empresa por que satisface las necesidades planteadas por el turista. Solamente se cambiara de empresa, producto, o servicio cuando se modifique algo esencial de las características del producto o que otra empresa oferte un producto similar mas ventajosamente.
- ✓ El tercer criterio de elección es la **ESPECTATIVA**, es el deseo, el sentido que tiene cada persona de cómo va a desarrollarse su viaje por que las actividades turísticas se tienen que adquirir o comprar con anterioridad a la realización del viaje.⁴¹

3.3.8 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.⁴²

⁴¹ <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/rh/49/guiaselecc.htm>

⁴² <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-dio-a-conocer-su-oferta-turistica>

3.3.8.1 COMPONENTES DE LA OFERTA TURISTICA

Recursos turísticos: Se basan en los atractivos con q cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, y son la motivación principal de la visita.

- **Infraestructuras:** Son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, ya sean públicos o privados. Ej. Carreteras, puertos.
- **Empresas turísticas:** Prestan el servicio directo al turista. Empresas de alojamiento, de transporte, etc.⁴³

3.3.9 CONSUMO Y GASTO TURÍSTICO

El consumo es la adquisición de bienes o servicios con el fin de satisfacer una necesidad. El consumo turístico es la adquisición de servicios turísticos para satisfacer una necesidad del turista., este consumo se divide en:

- Consumo turístico primario: consistente en adquirir bienes y servicios netamente turísticos como alojamiento o transporte.
- Consumo turístico secundario: que consiste en el gasto realizado por el turista en bienes de la oferta complementaria como aspirinas o jabón.⁴⁴

3.3.9.1 CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMO TURÍSTICO:

El consumo turístico ha de realizarse in situ.

- El consumo significa la destrucción del servicio.
- El cliente puede componer por si mismo el producto global.

⁴³ <http://turismoysustentabilidad.blogspot>.

⁴⁴ <http://www.iet.turismoencifras.es/impactoeconomico/item/99-el-consumo->

- Se puede producir una sustitución de algunos subproductos.
- El turismo es un bien consumible de lujo relativo.

Si bien históricamente sólo las clases altas tenían acceso al turismo, hoy, gracias al abaratamiento de los precios, la elevación del nivel de renta y la intervención del Estado, pueden practicar el turismo todas las clases.

El gasto turístico es todo gasto de consumo efectuado por un visitante durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino. Los conceptos principales del gasto turístico son: alojamiento, alimentación, transporte, ocio, cultura, actividades deportivas, compras.

Las agencias de viajes son operadores del mercado encargados de poner en contacto oferta y demanda, y aunque forman parte del sistema turístico, no son estrictamente oferta. A pesar de esto la Secretaría General de Turismo las incluyó en la oferta turística.

Los transportes suponen una categoría mixta ya que, en su función de acercamiento de la demanda al lugar de destino, donde se encuentra la oferta turística, realizan también una función de mediación.⁴⁵

3.3.10 LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

En las clasificaciones se usan las certificaciones de Calidad, que se basan en el establecimiento de un sistema estándar de calidad, que tenga en cuenta los aspectos físicos, y el servicio al cliente. Culmina con la imposición del sello de calidad.⁴⁶

⁴⁵<http://books.google.com.ec/books?id=hnK5a5f45EEC&pg=PA46&lpg=PA46&dq=caracteristicas+d+el+consumo>

⁴⁶ <http://www.olx.com.ec/q/empresas-turisticas/c-371>

3.3.11 PROMOCIÓN

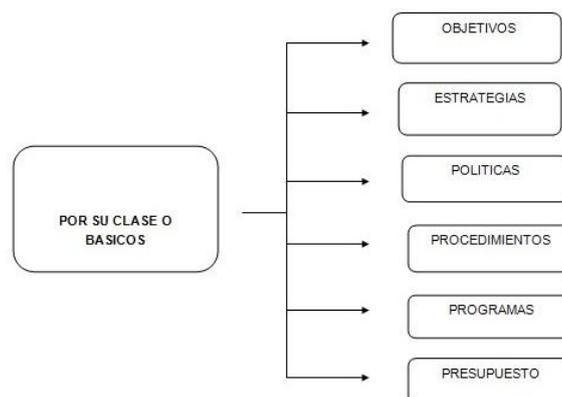
Es una herramienta que combinada con las otros tres herramientas (producto, plaza y precio) genera una determinada respuesta en el mercado para las empresas, organizaciones o personas que la utilizan.⁴⁷

3.3.12 PLAN

Es una concepción más amplia y general que el programa y proyecto, la diferencia son los niveles de concreción y especialidad. Se refiere al aspecto global de todas las actividades de un proceso de desarrollo, dentro de un período determinado, es un conjunto organizado de fines, objetivos, metas, instrumentos, medios o recursos para alcanzar objetivos que tienen que ver con el desarrollo de áreas o sectores geográficos, educativos, culturales.(ÁLVAREZ, J.2011).

3.3.12.1 TIPOS DE PLANES:

FIGURA N° 1

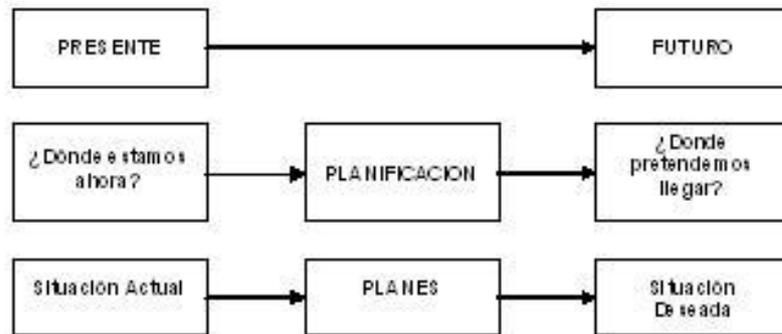


Fuente: Administración Nora Hernández.

⁴⁷ http://www.palermo.edu/economicas/hoteleria/Descripcion_cursos.html

Los planes son obtenidos a partir de ideas y programas. El objetivo de un plan es organizar, programar y prever. Para ello deben determinarse los objetivos, el medio, la forma, el lugar y quien lo llevará a cabo.

FIGURA N° 2



Fuente: Planificación, aula empresarial.

3.3.13 LOS PLANES PUEDEN SER CLASIFICADOS EN:

a) Planes operativos: es diseñado con el fin de determinar con anterioridad cual es el rol particular de cada individuo en las unidades operacionales donde trabajará. Algunas cuestiones remarcables de este tipo de planes son:

- Son llevadas a cabo y dirigidas por jefes que no se hallan en las cúpulas jerárquicas de las instituciones donde serán llevadas a cabo.
- Las reglas y métodos son determinados de manera muy minuciosa. Además deben ser respetados indiscutiblemente.
- Respetar las orientaciones dadas por los planes tácticos y estratégicos.
- Su propósito principal es la búsqueda de eficiencia.
- Estos planes son diseñados para ser ejecutados en lapsos de tiempo más bien cortos.

b) Planes tácticos: este tipo de planificación recurre a la planeación estratégica como base. Estos están destinados a trabajar sobre temas relacionados a los principales departamentos o áreas de las organizaciones. Además se encarga de

garantizar el mejor uso de los recursos y su optimización, sobre todo aquellos que serán utilizados para alcanzar las metas determinadas.

Estos planes se diferencian de los estratégicos por una cuestión de tiempo. Cuando haya una mayor utilización de tiempo la planificación será más estratégica que táctica. Es por ello que si el plan se encuentra orientado a un determinado sector o producto será táctico. Pero si la planificación es orientada hacia la empresa en su totalidad será estratégica.

Algunas características de los planes tácticos son:

- Son llevados a cabo y dirigidos por los empresarios que tenga un rango medio en la jerarquía de la institución.
- La base de sus lineamientos será el de los planes estratégicos.
- La información que será tratada será tanto interna como externa.
- Intenta coordinar recursos y las grandes áreas organizativas.
- Su objetivo principal es alcanzar tanto la eficacia como la efectividad.

c) Planes estratégicos: se encuentra orientada a metas que competen a una determinada institución o empresa. Intentará determinar cuáles son los parámetros de orientación y las limitaciones. Para ello se establecen cuales son los propósitos, los recursos que se emplearán y cuales serán guías a la hora de administrar los mismos. La empresa o institución es tratada como un todo, no serán diferenciadas sus áreas o sectores.

Algunas cuestiones importantes para remarcar sobre éstos son:

- Estos planes son llevados a cabo y guiados por aquellas personas que se hallan en las cúpulas jerárquicas de la institución,
- La información manejada suele ser ajena a la organización.
- Los lineamientos que regirán a toda la institución será determinados en este tipo de planes, es decir que es el plan original. A partir de este surgirán los demás, que tratarán temas o cuestiones más reducidas o específicas.

- Estas planificaciones son realizadas para ser aplicada en largos lapsos de tiempo.
- Su objetivo principal es hallar efectividad.
- Las guías que determina no son detallados Y minuciosos, son más bien generales.
- Son planificados sin poseer certezas.⁴⁸

3.3.14 DESARROLLO

Es el proceso de transformación de la sociedad que se caracteriza por la expansión de la capacidad productiva, el aumento de los promedios de productividad.⁴⁹

3.3.15 TURISMO SOSTENIBLE

Son actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias.⁵⁰

3.3.16 MERCADO

El mercado es, el ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores y vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado tipo de bien o de servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales. Los primeros mercados de la historia funcionaban mediante el trueque. Tras la aparición del dinero, se empezaron a desarrollar códigos de comercio que, en

⁴⁸ http://www.virtual.unal.edu.cTipos_planes.htm

⁴⁹ <http://www.definicion.org/desarrollo>

⁵⁰ <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>

última instancia, dieron lugar a las modernas empresas nacionales e internacionales. A medida que la producción aumentaba, las comunicaciones y los intermediarios empezaron a desempeñar un papel más importante en los mercados.

Una definición de mercado según la mercadotecnia: Organizaciones o individuos con necesidades o deseos que tienen capacidad y que tienen la voluntad para comprar bienes y servicios para satisfacer sus necesidades.⁵¹

3.3.16.1 TIPOS DE MERCADO

Entre las distintas clases de mercados se pueden distinguir los mercados al por menor o minoristas, los mercados al por mayor o distribuidores, los mercados web, los mercados de productos intermedios, de materias primas y los mercados de acciones (bolsas de valores).

El término mercado también se emplea para referirse a la demanda de consumo potencial o estimado.

El concepto clásico de mercado de libre competencia define un tipo de mercado ideal, en el cual es tal la cantidad de agentes económicos interrelacionados, tanto compradores como vendedores, que ninguno de ellos es capaz de modificar el precio (competencia perfecta), será distinta de la que se genera en un mercado donde concurren un número reducido de vendedores oligopolio. Como caso extremo, donde la competencia es inexistente, se destaca aquel en el que el mercado es controlado por un solo productor (monopolio). En cualquiera de estas situaciones cabe que los productores compartan el mercado con gran cantidad de compradores, con pocos o con uno solo.

Atendiendo al número de personas que participan en el mercado o nivel de competencia, se pueden clasificar en:

⁵¹ <http://www.promonegocios.net/mercado/tipos-de-mercado.html>

c) Mercado y competencia perfecta

No todos los mercados son eficientes en el sentido de que no en todos ellos existen unas condiciones técnicas llamadas de competencia perfecta. Los mercados eficientes o de competencia perfecta son aquellos en los que se asume que existen tantos vendedores como compradores de un mismo bien o servicio que ninguno de ellos, actuando independientemente, puede influir sobre la determinación del precio y que éste a su vez, está dado y es fijado por las mismas fuerzas del mercado.

La competencia perfecta es una representación idealizada de los mercados de bienes y de servicios en la que la interacción recíproca de la oferta y la demanda determina el precio. Un mercado de competencia perfecta es aquel en el que existen muchos compradores y muchos vendedores, de forma que ningún comprador o vendedor individual ejerce influencia decisiva sobre el precio. Para que esto ocurra, debe cumplirse estos siete elementos:

- 8.** Existencia de un elevado número de oferentes y demandantes. La decisión individual de cada uno de ellos ejercerá escasa influencia sobre el mercado global.
- 9.** Homogeneidad del producto. No existen diferencias entre los productos que venden los oferentes.
- 10.** Transparencia del mercado. Todos los participantes tienen pleno conocimiento de las condiciones generales en que opera el mercado.
- 11.** Libertad de entrada y salida de empresas. Todas las empresas, cuando lo deseen, podrán entrar y salir del mercado.
- 12.** Libre acceso a la información.
- 13.** Libre acceso a recursos.
- 14.** Beneficio igual a cero en el largo plazo.

La esencia de la competencia perfecta no está referida tanto a la rivalidad como a la dispersión de la capacidad de control que los agentes económicos pueden ejercer sobre la marca del mercado. Cuando se viola o no se cumple con alguno de los requisitos para la competencia perfecta se produce un fallo de mercado.

En un mercado libre de restricciones o mercado con competencia perfecta, la oferta y la demanda de los diferentes bienes determinan un precio de equilibrio para cada bien, y a dicho precio las empresas deciden libremente que cantidad producir. Por consiguiente, el mercado determina el precio y cada empresa acepta este precio como un dato fijo sobre el que no puede influir. Cuando la demanda de un producto no afecte significativamente a posibles productos complementarios o suplementarios, podrá definirse la curva de demanda y determinar el equilibrio parcial para un mercado de un sólo bien. A partir del precio de equilibrio cada empresa individual producirá la cantidad que le indique su curva de oferta para ese precio concreto. La curva de oferta de cada empresa está condicionada por su costo de producción. (Costo marginal en términos más precisos).

Al precio que se determine en el equilibrio de un mercado competitivo las empresas no tendrán, en general, los mismos beneficios. Esto se deberá a que, si bien suponemos que todas las empresas conocen la misma tecnología a corto plazo, las instalaciones fijas de cada empresa serán diferentes, de forma que los costos y beneficios serán distintos.

Aunque esta situación puede existir en el corto plazo (mientras no sea posible alterar el tamaño de la empresa), no se mantendrá en cuanto las organizaciones logren readaptar sus procesos productivos. Además, los beneficios que obtengan las empresas más eficientes, serán tenidos en cuenta por las compañías de otros mercados o sectores. De nuevo. En el corto plazo, éstas no podrán abandonar el sector en el que se encuentran, pero tan pronto como puedan liquidar sus instalaciones, lo harán.

Así, en un mercado de competencia perfecta hay una tendencia a que se minimicen los costes y se equiparen así los beneficios.

El término "se vacía el mercado", proviene de lo mismo: se cumple el objetivo de la competencia perfecta, el cual es maximizar los excesos de oferta por parte de los

empresarios, y el exceso de demanda por los consumidores. Un "mercado vacío" es aquel en el que se vendió y compró todo lo que se produjo.

En los mercados de competencia perfecta, el beneficio a largo plazo es nulo, ya que mientras un mercado ofrezca la posibilidad de obtener beneficio neto de una inversión entrarán más y más productores hasta que el beneficio quede anulado. Naturalmente en la práctica la competencia perfecta es irrealizable y a corto y medio plazo el mercado no es perfectamente competitivo, y es en esa situación que las empresas pueden obtener beneficios. Cuando el mercado está cerca de ser perfectamente competitivo, las empresas que pretenden obtener beneficios generalmente deben aprovechar mejor la tecnología para reducir costes y aumentar el margen de beneficio entre el precio de venta y el coste unitario de producción.

d) Mercados de competencia imperfecta

Los mercados de competencia imperfecta son aquellos en los que bienes y productores son lo suficientemente grandes como para tener un efecto notable sobre el precio. Existen varios modelos de este tipo de mercado entre ellos el mercado monopolístico y los diversos modelos oligopolísticos. También existen mercados donde un comprador tiene suficiente cuota de mercado para influir en el precio ese tipo de mercados, un ejemplo de ese tipo de mercados son los monopsonios y los oligopsonios.

La diferencia fundamental con los mercados de competencia perfecta reside en la capacidad que tienen las empresas oferentes de controlar en precio. En estos mercados, el precio no se acepta como un dato ajeno, sino que los oferentes intervienen activamente en su determinación.

En general, puede afirmarse que cuanto más elevado resulte el número de participantes, más competitivo será el mercado.⁵²

⁵² <http://www.tipos-mercado/tipos-mercado.shtml>

3.3.17 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercado es el proceso, como su propio nombre indica, de dividir o segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Los siguientes tipos de segmentos los podemos ver a continuación: Estos segmentos son grupos homogéneos (por ejemplo, las personas en un segmento son similares en sus actitudes sobre ciertas variables). Debido a esta similitud dentro de cada grupo, es probable que respondan de modo similar a determinadas estrategias de marketing. Es decir, probablemente tendrán las mismas reacciones acerca del marketing mix de un determinado producto, vendido a un determinado precio, distribuido en un modo determinado y promocionado de una forma dada.⁵³

3.3.18 SOSTENIBLE

Se aplica al desarrollo o la evolución que es compatible con los recursos de que dispone una región, una sociedad.⁵⁴

3.3.19 GESTIÓN TURÍSTICA

Se considera a la actividad turística como una de las principales herramientas para la reactivación económica de la economía mundial.⁵⁵

3.3.20 IMAGEN TURÍSTICA

Impresión que tiene el consumidor de todo lo que está asociado con el producto.⁵⁶

⁵³ <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmento-mercado-definicion-concepto.htm>

⁵⁴ http://www.palermo.edu/economicas/hoteleria/Descripcion_cursos.html

⁵⁵ <http://www.gestionturistica.cl/publicaciones/revistas/>

⁵⁶ <http://eciencia.urjc.es/bitstream/10115/2806/1/IMAGEN%20DESTINOS%20TURISTICOS.pdf>

3.3.21 INVENTARIO TURÍSTICO

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 confrontar 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 del desarrollo turístico.⁵⁷

3.3.21.1 ETAPAS PARA LA ELABORAR EL INVENTARIO DE ATRACTIVOS

a) Clasificación de los atractivos.- Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar.

b) Recopilación de información.- En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo.

c) 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.

d) 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.⁵⁸

⁵⁷ <http://inventario-turistico.html>

⁵⁸ <http://manual-para-la-formulacion-de-inventario-turistico>

3.3.22 PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

Un Plan de Desarrollo Turístico es una herramienta para guiar el desarrollo del turismo en un área protegida que sintetiza y representa las ideas de todas las personas interesadas a la vez que satisface los objetivos de conservación del sitio.

Debe dar como resultado un documento que exprese las recomendaciones de las personas involucradas en la planificación acerca de cómo llevar adelante el turismo en un área protegida particular.⁵⁹

3.3.23 PLANEAMIENTO DE TURISMO

El planeamiento del turismo es una herramienta de gestión de destinos, enfocada en la percepción de la situación actual en que el destino se encuentra y sus posibles panoramas futuros. Construyendo metodológicamente una aplicación que posibilite guiar el destino del panorama actual hacia el futuro deseado utilizando de forma eficiente los recursos disponibles para este fin.

Percibiendo el turismo en la localidad se constatan sus impactos negativos o positivos. En un intento de maximizar los impactos positivos y minimizar los impactos negativos surge el planeamiento basado en la sostenibilidad. Utilizando el trípede enmarcado en la equidad social, prudencia ecológica y en la dinamización de la economía local.⁶⁰

3.3.24 PROGRAMA

Un programa es un conjunto de instrucciones escritas en algún lenguaje de programación.⁶¹

⁵⁹ <http://planes-y-estrategias-de-desarrollo-turistico-ecuador>

⁶⁰ <http://www.misionturismo.com/category/planeamiento-turistico/>

⁶¹ <http://hoteleriayturismo.blogspot.com/2005/05/introduccion-conceptos-bsicos-de.html>

3.3.25 PROCESO

Un proceso es un conjunto de actividades o eventos (coordinados u organizados) que se realizan o suceden (alternativa o simultáneamente) bajo ciertas circunstancias con un fin determinado.⁶²

3.3.26 ACTIVIDAD

Es el conjunto de acciones que se llevan a cabo para cumplir las metas de un programa o subprograma de operación, que consiste en la ejecución de ciertos procesos o tareas (mediante la utilización de los recursos humanos, materiales, técnicos, y financieros asignados a la actividad con un costo determinado), y que queda a cargo de una entidad administrativa de nivel intermedio o bajo. Es una categoría programática cuya producción es intermedia, y por tanto, es condición de uno o varios productos terminales. La actividad es la acción presupuestaria de mínimo nivel e indivisible a los propósitos de la asignación formal de recursos. Conjunto de operaciones o tareas que son ejecutadas por una persona o unidad administrativa como parte de una función asignada.⁶³

3.3.26.1 ACTIVIDADES RECREATIVAS

FIGURA N° 3



Fuente: <http://es.scribd.com/doc/79892924/Clasificacion-de-las-actividades-recreativas>

⁶² <http://hoteleriayturismo.blogspot.com/2005/05/introduccion-conceptos-bsicos-de.html>

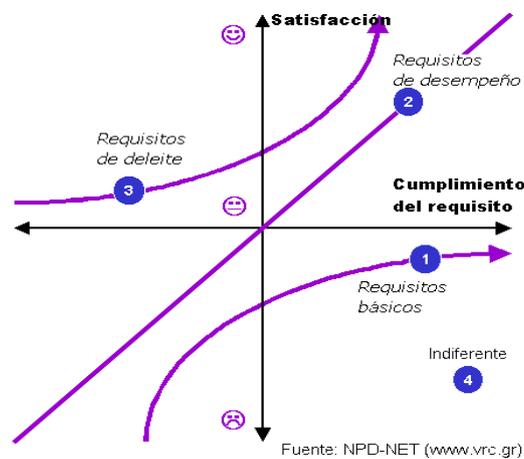
⁶³ <http://www.definicion.org/actividad>

3.3.27 DESEO

El deseo se dice del anhelo de saciar un gusto, que conmueve nuestros sentidos, sea por encauzamiento, o motivado por vivencias pasadas, o por neto reflejo corporal, ya sea por objetos materiales, por saber, por personas o por afectos.⁶⁴

3.3.28 SATISFACCIÓN

FIGURA N°4



3.3.29 DEMANDA TURÍSTICA

La demanda turística define la relación inversa ente precio y cantidad, por tanto la demanda es decreciente porque nos dice que cuanto mayor es el precio de una bien, menor será la cantidad demandada del mismo, y por el contrario cuando menor es el precio de un bien, mayor será la cantidad demandada. Por ejemplo los Low Cost, es decir, que cuando menor es el precio de este servicio más aumenta su consumo y por tanto la demanda es mayor.⁶⁵

⁶⁴ <http://hoteleriayturismo.blogspot.com/2005/05/introduccion-conceptos-bsicos-de.html>

⁶⁵ <http://gitetur.wikispaces.com/La+Demanda+Tur%C3%ADstica>

3.3.30 PRODUCTO TURÍSTICO

El producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista. Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: (Acerenza M, 1993).

- ✓ **Atractivos:** Es el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico.
- ✓ **Facilidades:** Son aquellas que complementan los atractivos, pues permiten la permanencia y el disfrute de una estancia agradable. Son todas aquellas instalaciones y servicios destinados a facilitar el alojamiento y la alimentación igual que las distracciones, amenidades, y servicios complementarios para el turista.
- ✓ **Acceso:** La accesibilidad es el grado en el que todas las personas pueden utilizar un objeto, visitar un lugar o acceder a un servicio, independientemente de sus capacidades técnicas, cognitivas o físicas.⁶⁶

3.3.31 PLANIFICACIÓN

La planificación es un conjunto de actividades tendientes a la transformación del comportamiento de un fenómeno, en función de ciertos objetivos, es un instrumento para la satisfacción de las necesidades humanas y sociales no es un fin en sí misma, es un medio. Es un proceso continuo de toma de decisiones coherentes con los objetivos propuestos. El proceso de planificación se divide en dos fases:

a) La fase de definición.- Es el proceso que abarca todo el trabajo que se realiza para determinar lo que se ha de hacer respecto del objeto de planificación y en concordancia con los principios, espíritu y filosofía del desarrollo que prevalecen entre los integrantes del sector dirigente.

Esta primera parte del proceso se reduce a un documento conocido como plan, el cual se caracteriza por su relativa generalidad y por no ser aplicable en la práctica por sí solo, los planes analizan la situación del objeto de planificación, establecen objetivos y metas respecto a su desenvolvimiento en el futuro y proponen las formas e instrumentos que deberán emplearse con el fin de alcanzar los objetivos planteados.

b) La fase de aplicación.- Son los aspectos relacionados con la vinculación entre las propuestas del plan y la realidad, esta fase incluye la programación, presupuestarían, instrumentación y evaluación de las acciones necesarias para modificar el objeto de planificación en el sentido deseado. Así las actividades de dicha fase se resumen en programas y proyectos concretos que contribuyen a aproximar es estado de cosas existente al estado de cosas ideal.

Tanto los planes como los programas y proyectos requieren ser formulados de acuerdo con una realidad espaciotemporal determinada, la naturaleza cambiante de esa realidad hace que la validez del análisis de los problemas y por tanto de las soluciones propuestas tengan limitantes en el tiempo y en el espacio.

3.3.31.1 Tipos de planificación

a) Planificación Global.- Se establecen metas para toda la economía en su conjunto y con los recursos disponibles.

b) La planificación sectorial.- Se refiere a cada actividad o sector de la economía en particular es decir a la agricultura, la industria, la comunicación y el transporte, la vivienda ye l turismo, en dicha planificación se establecen las acciones específicas

para llevarles a cabo en cada uno de ellos al logro de las metas establecidas en el Plan global de desarrollo del país.⁶⁷

3.3.32 PRINCIPIOS QUE DEFINEN EL TURISMO SOSTENIBLE SEGÚN LA OMT

1. Recursos naturales, culturales y otros se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios a la sociedad actual.
2. El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales.
3. La calidad ambiental se mantiene y mejora.
4. Se mantiene un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial.
6. Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.⁶⁸

3.4. HIPÓTESIS

La elaboración de un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible en el Cantón Guamote, contribuirá al mejoramiento de la Gestión Turística del sector.

3.5. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

Variable independiente

- Plan de Desarrollo Turístico Sostenible.

Variable dependiente

- Mejoramiento de la Gestión Turística.

⁶⁷ http://www.eclac.cl/ilpes/noticias/paginas/1/36341/sesion_planificacion.pdf

⁶⁸ <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>

4. METODOLOGÍA

4.1. TIPO DE ESTUDIO

➤ **Investigación de campo**

Es el tipo de investigación mediante el cual se puede tener contacto directo con quienes son los gestores del problema es decir con las autoridades, propietarios y empleados de los establecimientos que operan en el cantón Guamote.

➤ **Investigación documental**

Es la compilación del suficiente material bibliográfico valiéndose del manejo adecuado de libros, textos, guías, revistas, resultados de otras investigaciones relacionadas con el tema.

4.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

Para el estudio del proyecto se tomara el ingreso de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Parque Nacional Sangay los datos obtenidos según la CODECH del año 2011 es:

Ingreso de turistas nacionales: **12.226**

Ingreso de turistas extranjeros: **1.213**

Se determinó un universo finito de 13.439 turistas nacionales y extranjeros.

N = Población o universo = 13.439

E = Margen de error admisible 8%

2 = Elevado a la potencia 2

n = Población o universo =?

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

$$n = \frac{13.439}{(0.08)^2(13.439 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{13.439}{87.0032}$$

$$n = 154$$

4.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS
Plan de Desarrollo Turístico Sostenible	Es un <u>instrumento</u> de <u>gestión</u> útil para el <u>desarrollo</u> <u>social</u> de una <u>comunidad</u> que tenga una <u>integración</u> y unidad de <u>propósitos</u> generales.	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumento • Gestión • Desarrollo • Social • Comunidad • Integración • Propósitos 	<ul style="list-style-type: none"> • Útil • Elemento • Misión • Tarea • Progreso • Proceso • Comunitario • Benéfico • Asociación • Sociedad • Mezcla • Reunión • Intentos • Planes 	<ul style="list-style-type: none"> -Observación -Encuestas

Mejoramiento de la Gestión Turística.	Se plantea como una <u>profesión</u> cuyo objeto de estudio es: la <u>administración</u> , la <u>gestión</u> , y la creación de <u>empresas</u> de <u>servicios</u> <u>turísticos</u> y hoteleros.	<ul style="list-style-type: none"> • Profesión • Administración • Gestión • Empresas • Servicios Turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Función • Tarea • Dirección • Gerencia • Mandato • Servicio • Compañías • Sociedades • Prestaciones • Asistencias 	- Observación - Encuestas
---------------------------------------	--	--	--	---------------------------------

Fuente: Vanesa Jara Córdova.

Elaborado por: Vanesa Margarita Jara Córdova.

4.4. PROCEDIMIENTOS

Para la recolección de la información que nos será de mucha utilidad, en el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del cantón Guamote, aplicaremos encuestas a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Cantón. Con la finalidad que esta información recolectada nos sirva para elaborar la propuesta de nuestro trabajo de investigación.

4.4.1 Técnicas

➤ La encuesta

La encuesta es una técnica que utilizaremos para recolectar datos de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Guamote, con preguntas relacionadas a nuestro trabajo investigativo, el cual nos permitirá identificar la oferta, la demanda, y al mismo tiempo identificar cuáles son las necesidades insatisfechas de los turistas, las mismas que trataremos dar alternativas de solución, para convertir a este lugar en un destino turístico nacional e internacional.

➤ **La observación**

Esta técnica sirve para observar el comportamiento de los turistas con el lugar que visitan, la atención y calidad de los servicios que ofrecen los establecimientos turísticos. Así de esta manera procederemos a identificar cuáles son los puntos fuertes y débiles del cantón Guamote.

4.5. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

En esta etapa se presentan todos los resultados obtenidos a través de las encuestas aplicadas a los turistas, para realizar la clasificación, el registro y la tabulación de la información, para expresar los valores, magnitudes y otros datos obtenidos de nuestro trabajo investigativo.

En el procesamiento de la información utilizamos la hoja electrónica de Excel 2010, la cual nos permitió representar en tablas y gráficos estadísticos, para luego ordenarlo y realizar un análisis interpretativo de las ventajas y desventajas de los datos recolectados.

5. MARCO ADMINISTRATIVO

5.1. RECURSOS

RECURSOS HUMANOS

CANTIDAD	DENOMINACIÓN	FUNCIONES A REALIZAR	OBSERVACIONES
1	Estudiante	Desarrollo de la investigación.	
3	Docentes	Tutoría, coordinación, planificación y evaluación.	

MATERIALES DE OFICINA

CANTIDAD	DENOMINACIÓN
1	Libreta de campo
400	Hojas de papel bond
2	Marcadores
2	Esferos
1	Portaminas
2 cajas	Minas
1	Borrador
2	Cd

TÉCNICOS

CANTIDAD	DENOMINACIÓN
1	Computadora
1	Impresora
1	GPS
1	Scanner
1	Cámara Digital
1	Video cámara
1	Infocus

5.2. PRESUPUESTO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUB TOTAL
Libreta de campo	1	1,00	1,00
Hojas de papel bond	400	0,02	8,00
Marcadores	2	0,35	0,70
Esferos	2	0,30	0,60
Portaminas	1	0,75	0,75
Minas	2	0,35	0,70
Borrador	1	0,20	0,20
Cd	2	0,30	0,60
Varios			4987,45
TOTAL			5000

5.3. CRONOGRAMA TENTATIVO

ACTIVIDADES	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO			
	SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Búsqueda de Información	■	■	■																					
Análisis de fuentes documentales				■	■	■																		
Observación de campo							■	■																
Recopilación de información								■	■	■	■													
Elaboración del proyecto											■	■	■	■	■	■	■							
Corrección del documento																	■	■	■	■	■	■		
Impresión y presentación																						■	■	

6. BIBLIOGRAFÍA

- <http://www.ministeriodelambiente.gov.ec>
- www.codech.cl/
- www.pnud.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf
- issuu.com/rmedina09/docs/plandetur_2020
- www.turismo-sostenible.org/

7. ANEXOS

 **CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LOS TERRITORIOS DE LAS CUENCAS DE LOS RIOS CHANCHAN Y CHIMBO**

OFICIO N° 0244-EM-CODECH/2012
Riobamba, 18 de Junio 2012

 Doctora
Tania Guffante
DOCENTE - ESCUELA DE GESTION TURISTICA Y HOTELERA UNACH
Presente.-

 De nuestra consideración:

Por medio del presente reciba un cordial saludo y los más sinceros deseos de éxito y prosperidad en sus actividades diarias junto a su distinguida familia.

 A petición de la Señorita **VANESA MARGARITA JARA CORDOVA**, con CI. 1719353474 y por ser la CODECH una institución de apoyo interinstitucional nos comprometemos a brindar la información y los recursos logísticos, en la realización de sus plan de tesis con el tema: **PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE PARA MEJORAR LA GESTION TURISTICA DEL CANTON GUAMOTE – PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, comprometiendole el apoyo integral para el desarrollo de las mismas por parte de la institución a la que representamos.

 Agradeciéndole por tal consideración, quedo a sus órdenes para cualquier información adicional que redunde en beneficio, tanto del estudiante como de la Institución.

 Atentamente,





CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LOS TERRITORIOS DE LAS CUENCAS DE LOS RIOS CHANCHAN Y CHIMBO "CODECH"
Eduardo Moreno Yépez
PRESIDENTE CODECH
ALCALDE GAD PALLATANGA

EM/elo

OFICINA TÉCNICA: 1ra CONSTITUYENTE y CARABOBO, Edif. GOBIERNO PROVINCIAL DE CHIMBORAZO
Telefax:(03)2 944 517 / Cel: 091 060 584 / Email: codech.chimborazo.ec@gmail.com

Lugar y fecha de presentación: Riobamba, 18 de Junio del 2012.

Nombres y Firmas del Asesor y Proponente

.....

Asesora

Msc. Silvia Aldaz

.....

Proponente

Vanesa Margarita Jara Córdova