



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

TRABAJO DE GRADUACIÓN

“DETERMINACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA
ACTIVIDAD TURÍSTICA, EN LA CIUDAD DE VILLA LA UNIÓN DEL
CANTÓN COLTA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

AUTORAS:

ANNABELLY DEL ROSARIO CHAQUINGA MORA

MAYRA ALEXANDRA ESPARZA FLORES

DIRECTOR DEL PROYECTO:

ING. DIEGO CALVOPÍÑA

RIOBAMBA-ECUADOR

2016

Los miembros del Tribunal de Graduación del proyecto de investigación de título: “DETERMINACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD TURÍSTICA, EN LA CIUDAD DE VILLA LA UNIÓN DEL CANTÓN COLTA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”, presentado por: ANNABELLY DEL ROSARIO CHAQUINGA MORA Y MAYRA ALEXANDRA ESPARZA FLORES; y dirigida por: ING. DIEGO CALVOPÍÑA

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:

Ms. Paula Moreno

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



FIRMA

Ms. Danilo Quintana

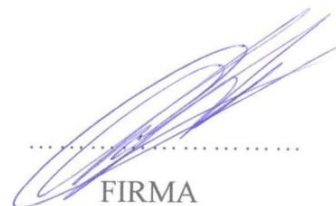
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



FIRMA

Ms. Diego Calvopiña

TUTOR DE TESIS



FIRMA

NOTA.....

CERTIFICACIÓN DE TUTORÍA

Máster

Diego Calvopiña

Tutor de Tesis y Docente de la Facultad de Ingeniería de la Carrera de Gestión Turística y Hotelera de la Universidad Nacional de Chimborazo.

Certifico, que el presente trabajo de investigación, previo a la obtención del Título, Ingenieras en Ecoturismo, Título: **“DETERMINACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD TURÍSTICA, EN LA CIUDAD DE VILLA LA UNIÓN DEL CANTÓN COLTA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**. Realizado por las señoritas Annabelly del Rosario Chaquina Mora y Mayra Alexandra Esparza Flores, ha sido revisado y analizado en su totalidad con el asesoramiento permanente, por lo cual se encuentra apto para su presentación y defensa respectiva.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.



Ms. Diego Calvopiña
DIRECTOR DE TESIS

DERECHOS DE AUTORÍA

La responsabilidad del contenido, ideas, doctrinas, lineamientos y resultados de este Proyecto de Graduación, nos corresponde exclusivamente a: ANNABELLY DEL ROSARIO CHAQUINGA MORA, MAYRA ALEXANDRA ESPARZA FLORES y al Director del Proyecto: DIEGO CALVOPIÑA; y el patrimonio intelectual del trabajo investigativo pertenece a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Annabelly Chaquinga

020196561-3



Mayra Esparza

060496919-6

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia por brindarme el apoyo incondicional en el transcurso de esta etapa de mi vida. A todos los docentes quienes con su apoyo constante compartieron sus experiencias para ayudar a fortalecer mis conocimientos. A mi director Ing. Diego Calvopiña que permitió que este proyecto sea un hecho mediante sus ideas y criterios acertados. Y a mis amigos, compañeros y a todas las personas que me apoyaron de una u otra forma para cumplir con éxito esta etapa de mi vida.

Annabelly Del Rosario Chaquina Mora

El agradecimiento es un valor muy importante en la vida del ser humano, por ello al culminar este trabajo de investigación, si bien ha requerido de esfuerzo y dedicación, no hubiese sido posible su finalización sin la cooperación desinteresada de las personas que a continuación citaré:

Primero a Jehová Dios por siempre estar a mi lado y nunca abandonarme a pesar de mi desobediencia, gracias por ser un padre benévolo y tarde para la cólera sino más bien abundante en bondad amorosa.

A todos los docentes de la UFAP que en el transcurso de mis estudios, me ha acompañado en los momentos difíciles, guiando y orientando para culminar este trabajo; a todos quienes conforman la Carrera de Ingeniería en Ecoturismo, la Facultad de Ingeniería, de la Universidad Nacional de Chimborazo, que supieron motivar permanentemente en cada paso que hemos dado, por ello mi gratitud a las autoridades, maestros, y de una manera muy especial al Tutor de la tesis Ms. Dieguito Calvopiña. Por supuesto un agradecimiento inmenso a mi amada familia quienes nos apoyaron con sus oraciones y amor cada día.

Mayra Alexandra Esparza Flores

DEDICATORIA

Terminando esta etapa de mi vida, dedico todo el mayor esfuerzo a mis padres que con su comprensión, paciencia, y apoyo estuvieron día a día exigiéndome el mayor rendimiento para así poder alcanzar esta meta tan anhelada. Y a mis hermanos por estar siempre pendientes de mí en las alegrías y también en los momentos más difíciles

Annabelly Del Rosario Chaquina Mora

La presente Tesis, la dedico con todo mi corazón a mis queridos padres y abuelitos porque son los primeros pilares fundamentales de toda la vida, a mis hermanos, quienes con un gran esfuerzo me brindaron la oportunidad de convivir las mejores experiencias de la vida y tener los mejores recuerdos que los llevare en mi mente y corazón siendo y convirtiéndose en mi razón de lucha y aguante para nuestro futuro.

Las cosas aunque sean difíciles hay que superarlas, con constancia, cada día esforzándose, sin rendirse, siendo luchador y pensando siempre en hacer el bien a los demás.

Mayra Alexandra Esparza Flores

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DE TUTORÍA	iii
DERECHOS DE AUTORÍA	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE CUADROS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
RESUMEN	xv
ABSTRACT.....	¡Error! Marcador no definido.
INTRODUCCIÓN	xvii
OBJETIVOS	xviii
OBJETIVO GENERAL.....	xviii
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	xviii
I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	1
1.1 Turismo.....	1
1.2 Clasificación del turismo	1
1.2.1. Turismo de descanso, o de sol y playa.....	1
1.2.2 Turismo científico.....	2
1.2.3. Ecoturismo	2
1.2.4. Turismo de aventura	2
1.2.5. Turismo cultural.....	2
1.2.6. Turismo religioso.....	2
1.2.7. Turismo gastronómico	3
1.3 Potencial turístico	3
1.3.1 Situación actual.....	4
1.3.2. El diagnóstico	4
1.4 Inventario de atractivos turísticos	5
1.4.1. Bases conceptuales	5
1.4.2. Fases del inventario turístico	6
1.4.3. Utilidad de los inventarios	8

1.5 Estudio de mercado.....	10
1.5.1. Objetivos del estudio de mercado.....	11
1.5.2. Etapas de una investigación de mercado.....	12
1.6 Matriz Fortalezas-Oportunidades-Debilidades-Amenazas (FODA)	15
1.6.1. Análisis externo	15
1.6.2. Análisis interno	15
1.7 Matriz Causa-Problema-Efecto-Solución (CPES).....	16
1.7.1. Principales características	17
1.7.2. Manejo de la matriz CPES.....	17
1.8 Fortalecimiento turístico	18
1.8.1. Principales características del fortalecimiento turístico.....	18
1.8.2. Estrategias de fortalecimiento turístico.....	19
II. METODOLOGÍA.....	22
2.1 TIPO DE ESTUDIO	22
2.2 POBLACIÓN MUESTRA	23
2.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	24
2.3.1 Operacionalización de la hipótesis general.....	24
2.4 PROCEDIMIENTOS.....	27
2.5 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS.....	28
III. RESULTADOS.....	29
3.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA ZONA DE ESTUDIO	29
3.1.1 ÁMBITO FÍSICO-ESPACIAL.....	29
3.1.1.1 Ubicación geográfica	29
3.1.1.2 División política administrativa.....	30
3.1.1.3 Límites cantonales	31
3.1.1.4 Vías de acceso.....	32
3.1.1.5 Transporte	33
3.1.2 ÁMBITO ECOLÓGICO-TERRITORIAL	33
3.1.2.1 Clasificación ecológica	33
3.1.2.2 Usos de suelo	34
3.1.2.3 Topografía.....	35
3.1.2.4 Condiciones climáticas	35

3.1.2.5 Paisaje	36
3.1.2.6 Flora	37
3.1.2.7 Fauna.....	38
3.1.2.8 Hidrología	39
3.1.2.9 Problemas ambientales	39
3.1.2.10 Contaminación del aire en los centros poblados concentrados.....	39
3.1.3 ÁMBITO SOCIOCULTURAL	40
3.1.3.1 Historia.....	40
3.1.3.2 Etnicidad	42
3.1.3.3 Población	43
3.1.3.4 Fiestas	44
3.1.3.5 Patrimonio cultural	44
3.1.3.6 Servicios básicos.....	45
3.1.3.7 Telecomunicaciones-medios de comunicación	48
3.1.3.8 Servicio de energía eléctrica	53
3.1.3.9 Energía Eléctrica. Parroquia Sicalpa	53
3.1.3.10 Energía Eléctrica. Parroquia Cajabamba	54
3.1.3.11 Centros de salud.....	55
3.1.3.12 Instituciones educativas	56
3.1.3.13 Nivel de instrucción	57
3.1.3.14 Problemas socioculturales.....	58
3.1.4 ÁMBITO POLÍTICO-ADMINISTRATIVO	59
3.1.4.1 Estructura política y administrativa en el lugar	59
3.1.4.2 Organigrama político funcional del Gobierno Cantonal.....	62
3.1.4.3 Instituciones presentes en la zona.....	63
3.1.4.4 Organizaciones ambientalistas, indígenas, campesinas, vecinales, obreras, de colonizadores, cívicas y otras presentes en la zona.....	65
3.1.4.5 Instituciones financieras	66
3.1.5 ÁMBITO ECONÓMICO-PRODUCTIVO.	66
3.1.5.1 Población económicamente activa.....	66
3.1.5.2 Pea/ grupo de ocupación	67
3.1.5.3 Agricultura.....	68
3.1.5.4 Comercio.....	69
3.1.5.5 Microempresas.....	71

3.1.5.6 Minería.....	72
3.1.5.6 Turismo.....	73
3.1.6.5 Atractivos turísticos de la zona.....	77
3.1.7 Matriz CPES (Causa, problema, efecto y solución)	83
3.2 ESTUDIO DE MERCADO A TURISTAS QUE VISITAN LA ZONA	85
3.2.1 Análisis de encuestas	86
3.2.2 Cálculo y proyección de la demanda actual.....	98
3.2.3 Cálculo y proyección de la demanda potencial	98
IV. DISCUSIÓN.....	100
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	102
5.1 CONCLUSIONES	102
5.2 RECOMENDACIONES.....	103
VI. PROPUESTA.....	104
6.1 TITULO DE LA PROPUESTA	104
6.2 INTRODUCCIÓN	104
6.3 OBJETIVOS	105
6.3.1 Objetivo general.....	105
6.3.2 Objetivo específicos.....	105
6.4 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO-TÉCNICA.....	106
6.5 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	106
6.5.1 Identificación de fortalezas y debilidades.....	108
6.5.2 Perfil del turista que visita Villa La Unión	109
6.5.3 Programas y proyectos de fortalecimiento turístico	110
6.5.1. PROGRAMA: FACILIDADES TURÍSTICAS	111
6.5.2. PROGRAMA: PLANTA TURÍSTICA	113
6.5.3. PROGRAMA: AMBIENTE Y CULTURA	115
6.5.4. PROGRAMA: PROMOCIÓN TURÍSTICA.....	118
VII. BIBLIOGRAFÍA	121
VIII. ANEXOS	124
8.1 Encuesta a turistas nacionales.....	124

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Comunidades de Sicalpa	30
Cuadro 2. Comunidades de Cajabamba	31
Cuadro 3. Vías de acceso a Villa La Unión	32
Cuadro 4. Cooperativas de transporte a Villa La Unión.....	33
Cuadro 5. Usos del suelo	35
Cuadro 6. Precipitación anual-Villa La Unión	36
Cuadro 7. Identificación de especies de flora	37
Cuadro 8. Identificación de especies de mamíferos	38
Cuadro 9. Identificación de especies de aves	38
Cuadro 10. Autoidentificación según su cultura y costumbres	42
Cuadro 11. Género de la población	42
Cuadro 12. Migración	43
Cuadro 13. Edad de la población	43
Cuadro 14. Fiestas o rituales.....	44
Cuadro 15. Disponibilidad de servicios básicos-Sicalpa	45
Cuadro 16. Disponibilidad de servicios básicos-Cajabamba.....	46
Cuadro 17. Procedencia principal del agua-Villa La Unión.....	47
Cuadro 18. Tipo de servicio higiénico o escusado-Villa La Unión.....	47
Cuadro 19. Disponibilidad de internet.....	48
Cuadro 20. Disponibilidad de internet-Sicalpa.....	48
Cuadro 21. Disponibilidad de internet-Cajabamba.....	49
Cuadro 22. Servicio de telefonía-Villa La Unión	50
Cuadro 23. Disponibilidad de telefonía-Sicalpa	51
Cuadro 24. Disponibilidad de telefonía-Cajabamba.....	52
Cuadro 25. Procedencia de luz eléctrica-Villa La Unión	53
Cuadro 26. Disponibilidad de energía eléctrica-Sicalpa.....	53
Cuadro 27. Disponibilidad de energía eléctrica-Cajabamba	54
Cuadro 28. Instituciones educativas-Cajabamba	57
Cuadro 29. Instituciones educativas-Sicalpa	57
Cuadro 30. Nivel de instrucción más alto	57
Cuadro 31. Problemas socioculturales de Villa La Unión.....	58
Cuadro 32. Organización Interna dentro de las comunidades	65

Cuadro 33. Listado de organizaciones financieras de Villa La Unión	66
Cuadro 34. Población económicamente activa (PEA).....	67
Cuadro 35. PEA por grupo de ocupación-Villa La Unión.....	68
Cuadro 36. Actividades de comercio Plaza Orosco.....	70
Cuadro 37. Esquema de la actividad minera de Villa La Unión.....	72
Cuadro 38. Esquema de la actividad minera de Villa La Unión.....	72
Cuadro 39. Capacidad turística en hospedaje-Villa La Unión.....	73
Cuadro 40. Capacidad turística en alimentación-Villa La Unión	73
Cuadro 41. Resumen de atractivos turísticos de Villa La Unión	81
Cuadro 42. Matriz CPES-Villa La Unión	83
Cuadro 43. Género	86
Cuadro 44. Edad	86
Cuadro 45. Procedencia	87
Cuadro 46. Preferencia de atractivos	88
Cuadro 47. Conoce el Villa La Unión?.....	88
Cuadro 48. Medio de comunicación por el que se enteró la ciudad	89
Cuadro 49. Motivo de visita a Villa La Unión	90
Cuadro 50. Atractivos que conoce de Villa La Unión.....	91
Cuadro 51. Con quién realiza viajes de turismo?	92
Cuadro 52. Número de personas con las que realiza su viaje.....	93
Cuadro 53. Servicios por mejorar en Villa La Unión	94
Cuadro 54. Ámbitos para aplicar estrategias	95
Cuadro 55. Disponibilidad de gasto.....	96
Cuadro 56. Medios de comunicación para promocionar la ciudad.....	97
Cuadro 57. Proyección de la demanda actual	98
Cuadro 58. Proyección de la demanda potencial.....	99
Cuadro 59. Matriz FODA-Villa La Unión.....	108
Cuadro 60. Resumen de programas y proyecto de fortalecimiento turístico.....	110
Cuadro 61. Proyecto. Implementación y/o mejoramiento de facilidades turísticas en Villa La Unión	112
Cuadro 62. Proyecto. Capacitación técnica para prestadores de servicios turísticos de la ciudad Villa La Unión.....	114
Cuadro 63. Proyecto. Educación ambiental para población de Villa la Unión	116
Cuadro 64. Proyecto. Revitalización cultural para población de Villa la Unión.....	117

Cuadro 65. Proyecto. Diseño de productos turísticos en la ciudad Villa La Unión	119
Cuadro 66. Proyecto. Marketing para promoción y difusión turística en la ciudad Villa La Unión	120

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Localización Villa La Unión	29
Gráfico 2. Límites cantonales de Villa La Unión	31
Gráfico 3. Bienes inmuebles del Cantón Colta.....	45
Gráfico 4. Organigrama del Gobierno Cantonal.....	62
Gráfico 5. Estructura interna de comunidades.....	65
Gráfico 6. Actividades de comercio de la Plaza Simón Bolívar.....	69
Gráfico 7. Género	86
Gráfico 8. Procedencia.....	87
Gráfico 9. Preferencia de atractivos.....	88
Gráfico 10. Conoce el Villa La Unión?	89
Gráfico 11. Medio de comunicación por el que se enteró la ciudad.....	90
Gráfico 12. Motivo de visita a Villa La Unión	91
Gráfico 13. Atractivos que conoce de Villa La Unión	92
Gráfico 14. Con quién realiza viajes de turismo?.....	93
Gráfico 15. Número de personas con las que realiza su viaje	93
Gráfico 16. Servicios por mejorar en Villa La Unión.....	94
Gráfico 17. Ámbitos por mejorar.....	95
Gráfico 18. Disponibilidad de gasto	96
Gráfico 19. Medios de comunicación para promocionar la ciudad	97

RESUMEN

La determinación de estrategias para fortalecer la actividad turística en la ciudad de Villa la Unión del cantón Colta, es una investigación realizada para conocer la problemática turística actual existente en esta localidad y para proponer soluciones aptas que permitan un desarrollo óptimo del turismo y por ende mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores.

El presente estudio se basa en tres aspectos o directrices importantes; la ejecución de un diagnóstico situacional que permitió reconocer los puntos fuertes y débiles de la zona con respecto al ámbito turístico y todos los elementos que intervienen en el mismo, esto permitió determinar que Villa La Unión es un territorio que posee las condiciones idóneas para desarrollar la actividad turística, ya que posee en una ubicación geográfica privilegiada y se encuentra rodeada de atractivos naturales y culturales capaces de atraer a un importante número de turistas.

Se realizó un estudio de mercado mediante la aplicación de 120 encuestas a turistas que visitan el cantón Colta, dicha investigación dio a conocer la preferencia que tienen los visitantes por los atractivos naturales y culturales, la gran aceptación que poseen en lo relacionado a la oferta turística de la ciudad de Villa La Unión y a su vez la necesidad que tienen por qué se implemente estrategias para mejorar los ámbitos relacionados con facilidades, planta y servicios turísticos, además de optimizar la difusión y promoción de los recursos turísticos con las que esta localidad cuenta.

Para finalizar se diseñaron las estrategias de fortalecimiento turístico contenidas en una propuesta de cuatro programas relacionados con facilidades turísticas, planta turística, ambiente-cultura y promoción turística; y que a su vez se dividen en seis proyectos desarrollados con base en la matriz de marco lógico de SENPLADES; dichos proyectos estipulan en su desarrollo el mejoramiento o implementación de facilidades turísticas, capacitación técnica a prestadores de servicios turísticos, educación ambiental, revitalización cultural, diseño de productos turísticos y marketing para promoción y difusión turística.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
CENTRO DE IDIOMAS INSTITUCIONAL

Lic. Lorena Gallegos Arias

18 de mayo de 2016

ABSTRACT

The identification of strategies to strengthen tourism in the city of Villa Union canton Colta, it is an study to determine the existence of tourism problems in this area and to propose suitable solutions that enable optimal development of tourism and thus improving quality of life of its inhabitants.

This study is based on three important aspects or guidelines; the execution of a situational analysis that recognized the strengths and weaknesses of the area with respect to the tourism sector and all the elements involved in it. This allowed us to determine that Villa La Union is a territory that has the right conditions to develop tourism, since it has a privileged geographical location and it is surrounded by natural attractions and cultural capable of attracting a large number of tourists.

A market study was conducted by applying 120 surveys to tourists visiting the canton Colta, the investigation revealed preference with visitors for the natural and cultural attractions. The great acceptance that have in relation to tourism city of Villa La Union and in turn the need for strategies to be implemented to improve areas related facilities, plant and tourism services, and optimize the dissemination and promotion of tourism resources with which this town has.

Finally strengthening tourism strategies contained in a proposed four programs related tourist facilities, environment-culture and tourism promotion were designed; and which are divided into six projects developed based on the logical framework matrix SENPLADES; these projects stipulate in their development or implementation improvement of tourist facilities, technical training for tourism service providers, environmental education, cultural revitalization, design of tourism products and marketing for tourism promotion and dissemination.



INTRODUCCIÓN

La actividad turística se ha convertido en una fuente importante de ingresos económicos para muchas familias ecuatorianas, mismas que han elevado su calidad de vida aprovechando los recursos que esta tierra les ofrece, ya que Ecuador es sin duda un país megadiverso, y hermoso, reconocido a escala mundial por su riqueza y variedad en cuanto a las plantas y animales que posee por metro cuadrado, pues gracias a sus grandes contrastes, en su pequeño territorio conjuga regiones que constituyen el hogar de pluralidad de culturas y de diversidad natural; por ello se ha convertido en un destino turístico para los viajeros, permitiendo así que la población pueda hacer uso adecuado de estos recursos y brindando al turista no solo la oportunidad de visitar y disfrutar de los distintos lugares, sino también de educarse respetando la naturaleza y contribuyendo para el desarrollo y bienestar de la localidad.

En la actualidad se ha dado un cambio significativo en lo referente a los requerimientos y necesidades de los turistas que llegan a visitar el cantón Colta, con el pasar del tiempo estos se han vuelto más exigentes, ya no pretenden solo recorrer y observar los atractivos y costumbres de las poblaciones que visitan, también desean formar parte de ellas, aprender de la cultura ancestral de estos sitios, convivir con otras etnias.

La cabecera cantonal de Colta, conocida también como “Villa La Unión” es poseedora de diversidad de atractivos naturales y culturales importantes que motivan a sus habitantes a buscar formas o estrategias para obtener ingresos económicos a partir de la actividad turística, apreciada como una alternativa de desarrollo.

Lamentablemente, la falta de interés por explotar los recursos turísticos que rodean a esta localidad, la falta de valoración e importancia de su pueblo, forma de vida y relación con la naturaleza, el no contar con inventarios bien estructurados de atractivos naturales y culturales, el no poseer una debida planificación de actividades; ha perjudicado notablemente el desarrollo turístico de esta zona.

Por eso se hace evidente la necesidad de contar con un estudio detallado, que permitirá identificar las actividades turísticas potenciales que la población local pueda generar

como alternativas para generar ingresos económicos, incluso establecer una mayor integración y participación de los pobladores de la localidad.

A su vez mediante este estudio se pretende buscar estrategias que permitirán mejorar la calidad en los servicios que se presta a los turistas, que la persona que visite Villa La Unión cuente con información verídica, seguridad integral, guianza especializada, infraestructura adecuada, y muchos otros parámetros que permitirán obtener la satisfacción del visitante, y que mejoraran la calidad de vida de la población local.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar estrategias para fortalecer la actividad turística, en la ciudad de Villa La Unión del cantón Colta, provincia de Chimborazo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Efectuar el diagnóstico situacional de la zona de estudio, para determinar en qué forma está constituida actualmente la actividad turística y los elementos intervienen en ella.
- Realizar el estudio de mercado, el cual permitirá conocer los gustos, necesidades y preferencias de los turistas que visitan esta zona.
- Diseñar estrategias de fortalecimiento turístico para incrementar los ingresos económicos de los pobladores de la zona de estudio y por ende mejorar su calidad de vida.

I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo.

Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo. (Organización Mundial de Turismo, 2010)

1.2 Clasificación del turismo

1.2.1. Turismo de descanso, o de sol y playa

El turismo convencional, conocido también como el modelo de "sol y playa", es un producto propio de la sociedad urbana e industrial cuyas características principales son entre otras un turismo de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde el punto de vista de la demanda. (Amores, 2012)

1.2.2 Turismo científico

El objetivo principal del viajero que elige este tipo de turismo es abrir más sus fronteras para la investigación en esta área, ampliar y complementar sus conocimientos. (Amores, 2012)

1.2.3. Ecoturismo

Según Amores (2012), el ecoturismo se considera como viajes responsables que conservan el entorno y sostienen el bienestar de la comunidad local. Se acompaña por códigos éticos y un enorme grupo de viajeros internacionales, estudiantes, pensadores y el apoyo de los gobiernos de algunos países industrializados.

1.2.4. Turismo de aventura

Es otra de las modalidades del turismo alternativo, y sin duda alguna una de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor, quizá por el término mismo que evoca, o bien por un cierto misticismo y tabúes que se han generado en su entorno. (Amores, 2012)

1.2.5. Turismo cultural

Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad. (Amores, 2012)

1.2.6. Turismo religioso

A diferencia de todos los demás segmentos del mercado turístico, tiene como motivación fundamental la fe. En la actualidad las ciudades santas que históricamente han sido objeto de peregrinaje, como Jerusalén, La Meca o Roma; siguen siendo importantes puntos de referencia del sector. (Amores, 2012)

1.2.7. Turismo gastronómico

Otra de las motivaciones al momento de desplazarse puede ser el deleitar el paladar y conocer los platos típicos de las regiones. (Amores, 2012)

1.3 Potencial turístico

Para valorar los recursos con los que cuenta un determinado lugar es necesario realizar un análisis para definir y caracterizar aquellos atributos con los que cuentan dichos recursos, que les permitirán definirse como viables para ser desarrollados turísticamente y, asimismo, definir qué tipo de actividades turísticas pueden ofertarse a ese destino.

De acuerdo con Maass (2009), el potencial turístico de una región depende de la valoración que se realiza sobre sus recursos, así como del nivel de estructuración de sus atractivos en productos turísticos. La valoración de los recursos incluye, como etapa previa, la elaboración de un inventario que integre la información descriptiva más relevante de dichos recursos.

Asimismo la SECTUR (2002), afirma que toda zona que considere desarrollar o ampliar su turismo debe evaluar cuidadosamente sus recursos turísticos. Entre éstos figuran todos los tipos de atracciones y actividades actuales o posibles relacionadas con el medio ambiente natural, el patrimonio cultural y los rasgos específicos de la zona, como actividades económicas, sitios urbanos, entorno rural, servicios de salud, lugares religiosos, instalaciones y servicios turísticos ya en funcionamiento infraestructura de transporte y general, y disponibilidad de mano de obra calificada. (Ramírez, 2011)

También se deben evaluar otros factores influyentes en el viaje a la zona, destinos competidores, sentimiento de la comunidad con respecto al desarrollo turístico, grado de salud y seguridad pública y estabilidad política de la zona.

Al respecto, Ritchie y Crouch (2005), señalan dos elementos esenciales para determinar el potencial turístico de un destino, los recursos y atracciones principales: fisiografía y clima, cultura e historia, lazos del mercado, mezcla de actividades eventos especiales, entretenimiento, superestructura, así como; los factores de apoyo y los recursos:

accesibilidad, recursos facilitadores, la hospitalidad, iniciativa y voluntad política. (Ramírez, 2011)

1.3.1 Situación actual

Consiste en un análisis de situación del sector turístico local: oferta, demanda, competencia y tendencias (las expectativas del consumidor por ejemplo). El análisis de la oferta tiene que referirse sobre todo a la organización de la actividad turística, la comercialización del turismo, la formación inicial y permanente en el ámbito del turismo, las cooperaciones existentes y los posibles socios, los dispositivos de apoyo disponibles. Por otro lado, es muy útil para el territorio en cuestión identificar ciertos indicadores económicos: la facturación global del sector turístico local, el valor añadido generado por esta actividad y el número de puestos de trabajo ligados al turismo. (Grassmann, 1996)

Estos parámetros numéricos, que tienen que ser reactualizados cada año, proporcionan asimismo a los responsables locales los elementos esenciales para dirigir la estrategia de desarrollo del turismo. Si bien estas informaciones internas ya permiten identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, también es necesario especificar detalladamente las condiciones generales externas: los operadores turísticos locales tienen que tener a su disposición toda información relativa a las características del mercado en su conjunto, en particular las informaciones sobre la demanda y la competencia. (Grassmann, 1996)

La previsible evolución de las tendencias del mercado a corto y medio plazo también condiciona el desarrollo del turismo. (Grassmann, 1996)

1.3.2. El diagnóstico

Confrontar los resultados de los análisis de la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias permite identificar los puntos fuertes y débiles del territorio. Esta primera etapa del diagnóstico permite, a su vez, determinar las oportunidades y riesgos ligados a un posible desarrollo del turismo. La última fase del diagnóstico, los puntos fuertes y débiles del territorio comparados con las oportunidades y riesgos de su sector turístico

en el mercado, permitirá definir una posición estratégica fructífera. Este concepto abarca los logros más importantes que puede proporcionar a largo plazo la superioridad frente a la competencia. Otro punto importante también es el hecho de poder determinar si el territorio dispone de un posicionamiento único, un argumento de venta excepcional (un paraje único por ejemplo) que proporciona al territorio una ventaja comparativa absoluta, reconocida por el cliente. (Grassmann, 1996)

1.4 Inventario de atractivos turísticos

El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional. El inventario no es sólo un cúmulo de información, sino fundamentalmente un instrumento de gestión que debe ser mejorado de manera constante, y cuyo uso debe permitir y facilitar la toma de decisión en las múltiples instancias del quehacer turístico.

Todo inventario debe constituir un reflejo fiel de la realidad de los recursos turísticos, indicando la información técnica y la situación en que se encuentran, porque a partir de este instrumento se puede propiciar el acondicionamiento necesario que permita el desarrollo turístico, conllevando a producir ciertos beneficios para el espacio geográfico estudiado; y a su vez debe de ser claro, abierto y dinámico; permitiendo su actualización periódica de todas las variaciones que se experimentan en los recursos turísticos, y su situación nueva; así como la incorporación de los mismos. (Dirección Nacional de Desarrollo Turístico MINCETUR, 2006)

1.4.1. Bases conceptuales

a) Patrimonio: constituye el conjunto de elementos tanto del tipo físico-natural como contruidos, así como otros espacios culturales que su atracción puede representar la primera materia potencial sobre la que se habrá que realizar una intervención por parte de los responsables del desarrollo turístico para convertirlos en recursos turísticos. (Boullón, 1997)

b) Atractivo: se define como 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. (Boullón, 1997)

c) Recurso: cualquier elemento natural, artificial, actividad humana o producto antropológico que pueda motivar el desplazamiento con el móvil esencial de la curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual. Todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda. (Boullón, 1997)

Posteriormente se transforma en un producto turístico. El concepto de recurso turístico implica la utilización potencial y/o real del patrimonio y/o de los atractivos turísticos con la finalidad turística a través de una serie de actuaciones humanas ligadas a la creación de un producto turístico y su promoción. El análisis de los recursos turísticos nos permite evaluar la potencialidad para el desarrollo de la actividad turística de un determinado espacio. (Gobierno Autónomo Decentralizado Municipal de Tulcán, 2009)

d) Área turística: área de análisis del espacio turístico, que considera subdivisiones de una zona turística, por lo cual es una área territorial menor que la del todo que las contiene. (Boullón, 1997)

e) Centro turístico: Conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio con atractivos turísticos que posibilitan la motivación de un viaje turístico. (Boullón, 1997)

1.4.2. Fases del inventario turístico

a) Primera etapa: definición de las categorías, tipos, subtipos y elementos de información a incluir para cada recurso turístico. Teniendo en cuenta, los documentos modelos y manuales referidos a la elaboración de inventarios de recursos turísticos, se ha formulado un conjunto de tablas de acuerdo a la realidad de cada país, que contenga

las indicaciones específicas sobre las categorías, tipos y subtipos, lo cual servirá para el procesamiento ordenado de la información. (MINCETUR, 2006)

b) Segunda etapa: recopilación de información secundaria. Es un trabajo de gabinete, donde se considerarán todos los datos remitidos por los gobiernos locales y regionales, bibliografía existente, periódicos, revistas e información de organismos técnicos especializados. (MINCETUR, 2006)

c) Tercera etapa: trabajo de campo. Consiste en la identificación y/o verificación in situ de los recursos turísticos, tipos de medios de acceso y facilidades turísticas, para su reconocimiento, permitirá la ampliación y/o ajuste de la información obtenida en la etapa anterior. Así también, se llevarán a cabo entrevistas necesarias con representantes de la comunidad local, conocedores de sus recursos turísticos. Lo cual, se complementará según sea el caso con la información que proporcionen los organismos e instituciones responsables del cuidado y desarrollo de determinados recursos turísticos. Además, en esta etapa es muy importante apoyarse en todos los medios disponibles (videos, fotografías, mapas, etc.). Posteriormente, se procederá al llenado de la ficha de acuerdo al formato planteado. (MINCETUR, 2006)

d) Cuarta etapa: procesamiento de la información recopilada. Por la cantidad de información es preferible su procesamiento mediante una base de datos. En esta etapa se realiza la clasificación y ordenamiento de los recursos, de acuerdo a la categoría, tipo y/o sub tipo, que le corresponde a cada uno. En tal sentido, se ha establecido un software, el cual servirá para el procesamiento de esta información de acuerdo a las tablas diseñadas. (MINCETUR, 2006)

Es necesario contar con datos adicionales que permitan tener elementos de juicio suficiente para complementar la información de los recursos turísticos. Dichos datos pueden ser extraídos de fototecas y/o videotecas; donde se ordenan y clasifican las fotografías, videos, CDs de los recursos turísticos inventariados; internet; a partir de las páginas webs, con información sobre recursos turísticos; planotecas, que comprenden los planos o mapas de ubicación, de acceso, turísticos, políticos y otros. (MINCETUR, 2006)

e) Quinta etapa: elaboración del informe preliminar. Documento que constituye un diagnóstico y un resumen de los principales recursos turísticos a nivel nacional. Se adjuntarán a dicho informe los mapas correspondientes. Cabe mencionar la importancia de contar con un programa de capacitación que permita una adecuada aplicación del Manual de Inventario de Recursos Turísticos. Además, se requiere contar personal calificado que reúna las condiciones mínimas para una correcta formulación del inventario. (MINCETUR, 2006)

f) Sexta etapa: evaluación y jerarquización de los recursos turísticos, que comprende el proceso de ponderación de los recursos, con el fin de determinar su grado de importancia. (MINCETUR, 2006)

1.4.3. Utilidad de los inventarios

Los inventarios deben servir para evaluar la potencialidad de uso turístico de un atractivo, constituyendo una parte imprescindible de cualquier diagnóstico turístico. Sin embargo, han sido subutilizados como meras fuentes de consulta general a menudo desactualizada y poco confiable. Por ese motivo, con base en la experiencia y en los resultados del estudio, se considera que es necesario establecer la utilidad final de los inventarios, antes de iniciar cualquier proceso de actualización metodológica. Entre los usos que se le puede dar a los inventarios turísticos están los siguientes:

a) Definición de macro productos turísticos. Cuando se planifican destinos es importante destacar las características únicas que distinguen a ese destino de otros y que le permiten competir por la captación de visitantes frente a otros destinos similares. A partir de la información recogida en un inventario es posible evaluar la potencialidad del destino, y por ende definir los macro productos turísticos que se van a ofertar. Por ejemplo, si tenemos atractivos naturales con características únicas, es necesario que la identidad turística del destino y los productos se orienten hacia el ecoturismo. Por otra parte, si nuestra fortaleza está en la cultura local, es más probable que los productos que nos identifiquen sean de tipo cultural. Para que un inventario apoye la definición de la identidad turística de un destino, es imprescindible definir un mecanismo de evaluación o jerarquización. Esto permite realizar comparaciones válidas entre atractivos extremadamente heterogéneos y ubicados en diferentes espacios geográficos, que

pueden variar desde una manifestación cultural única (una vez al año), hasta un recurso natural tangible que se puede visitar permanentemente. (Quijano, 2009)

b) Desarrollo de productos específicos. Además de definir la identidad turística del destino, un inventario debe facilitar el diseño de productos específicos como rutas, corredores o sitios turísticos. Para ello, es necesario que la ficha registre las actividades que se pueden realizar en cada atractivo, separando las que pueden realizarse de manera inmediata, de las actividades potenciales. Por otra parte, debe registrarse claramente los servicios que se prestan actualmente en el atractivo y alrededores; así como identificar los servicios turísticos necesarios para que el atractivo pueda operarse. (Quijano, 2009)

c) Ordenamiento turístico del territorio. Los inventarios pueden servir para diferenciar el espacio turístico de los espacios dedicados a otras actividades, con el fin de facilitar la planificación y hacer uso eficiente de recursos. Para esto, es necesario que la metodología incluya el uso de herramientas de información geográfica (SIGs). Ellas permiten identificar claramente la disposición espacial de los atractivos en el territorio y, por lo tanto, posibilitan definir elementos del espacio turístico como rutas, destinos y regiones turísticas más complejas. (Quijano, 2009)

d) Conservación. Uno de los usos más importantes de los inventarios es poseer un registro del patrimonio turístico nacional y, por ende, evitar que éste se pierda. Para que los inventarios sirvan de apoyo en la definición de mecanismos de conservación, la ficha debe registrar detalladamente tanto los impactos que el turismo ocasiona en el recurso, como los impactos causados por otras actividades productivas. En consecuencia, es importante definir si el impacto es social, económico o ambiental. (Quijano, 2009)

e) Marketing. El inventario debe ser la fuente de consulta para la elaboración del material promocional de turismo como folletos, mapas o sitios web, para lo cual es importante que el inventario esté completo, y que la metodología defina mecanismos de actualización. Una alternativa, en ese sentido, consiste en la participación de los actores sociales locales. (Quijano, 2009)

Con respecto a la actualización, también es importante la participación local. El Ecuador hizo ya un intento de este tipo con el sistema Integrado de Información Turística (SIIT), donde cada municipio descentralizado podía actualizar en línea la información referente a sus atractivos. El proyecto tuvo problemas para su aplicación debido a la poca capacidad técnica y logística de los municipios para recoger la información, sin embargo, es menester trabajar en ese sentido definiendo ajustes a la propuesta inicial. (Quijano, 2009)

1.5 Estudio de mercado

El concepto de mercado se refiere a dos ideas relativas a las transacciones comerciales. Por una parte se trata de un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y en algunos casos servicios. En este lugar se instalan distintos tipos de vendedores para ofrecer diversos productos o servicios, en tanto que ahí concurren los compradores con el fin de adquirir dichos bienes o servicios. Aquí el mercado es un lugar físico. (SE Instituto Nacional del Emprendedor, 2008)

Por otra parte, el mercado también se refiere a las transacciones de un cierto tipo de bien o servicio, en cuanto a la relación existente entre la oferta y la demanda de dichos bienes o servicios. La concepción de ese mercado es entonces la evolución de un conjunto de movimientos a la alza y a la baja que se dan en torno a los intercambios de mercancías específicas o servicios y además en función del tiempo o lugar. Aparece así la delimitación de un mercado de productos, un mercado regional, o un mercado sectorial. Esta referencia ya es abstracta pero analizable, pues se puede cuantificar, delimitar e inclusive influir en ella. (SE Instituto Nacional del Emprendedor, 2008)

En función de un área geográfica, se puede hablar de un mercado local, de un mercado regional, de un mercado nacional o del mercado mundial. De acuerdo con la oferta, los mercados pueden ser de mercancías o de servicios. (SE Instituto Nacional del Emprendedor, 2008)

Y en función de la competencia, sólo se dan los mercados de competencia perfecta y de competencia imperfecta. El primero es fundamentalmente teórico, pues la relación entre los oferentes y los demandantes no se da en igualdad de circunstancias, especialmente

en periodos de crisis, no obstante, entre ambos tipos de participantes regulan el libre juego de la oferta y la demanda hasta llegar a un equilibrio. El segundo, es indispensable para regular ciertas anomalías que, por sus propios intereses, podría distorsionar una de las partes y debe entonces intervenir el Estado para una sana regulación. (SE Instituto Nacional del Emprendedor, 2008)

El mercado visto así puede presentar un conjunto de rasgos que es necesario tener presente para poder participar en él y, con un buen conocimiento, incidir de manera tal que los empresarios no pierdan esfuerzos ni recursos. (SE Instituto Nacional del Emprendedor, 2008)

Visto lo anterior, cualquier proyecto que se desee emprender, debe tener un estudio de mercado que le permita saber en qué medio habrá de moverse, pero sobre todo si las posibilidades de venta son reales y si los bienes o servicios podrán colocarse en las cantidades pensadas, de modo tal que se cumplan los propósitos del empresario. (SE Instituto Nacional del Emprendedor, 2008)

1.5.1. Objetivos del estudio de mercado

El objetivo del estudio de mercado tiene que ver con suministrar información valiosa para la decisión de continuar con el estudio técnico. Se pueden plantear los objetivos del estudio de mercados, a través de las necesidades de información necesaria respecto al estudio de mercados:

a) Necesidades de información

- Determinar y cuantificar la existencia de necesidades insatisfechas o una mejor forma de atender el consumidor.
- Determinar las formas de acercar el producto al cliente final.
- Identificar proveedores que suministren los insumos necesarios.
- Definir las estrategias más adecuadas de atender el mercado. (Universidad Nacional de Colombia, 2009)

b) Objetivos específicos

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los competidores existentes en el mercado. Si así no se hace, no se está generando una ventaja competitiva y sería muy riesgosa llegar al mercado.
- Conocer cuáles son los medios que se utilizan para mercadear los productos.
- Identificar las mejores formas de acercar el producto al cliente.
- Identificar el suministro de los insumos en el sector específico.
- Definir las estrategias más adecuadas para llegar con éxito al mercado.

Con base en la información necesaria planteada anteriormente, se procede a definir los objetivos y las investigaciones necesarias para el logro de dichos objetivos. (Universidad Nacional de Colombia, 2009)

1.5.2. Etapas de una investigación de mercado

a) Definir el problema a investigar

En este paso es donde se define el problema existente y está constituido por dos procesos básicos: Formulación del problema y establecimiento de objetivos de la investigación. Definir el problema es un paso simple, pero de una gran importancia en el proceso de investigación de mercados, ya que una claridad en lo que se desea investigar es básico para saber cómo hacerlo. Una empresa puede invertir miles de dólares en investigación, sin embargo, si no se tiene claro el problema a investigar esos dólares serán un desperdicio.

Después de formular el problema, es necesario formular las preguntas de la investigación. Cuáles son las preguntas básicas que se necesitan responder y sus posibles sub preguntas que se tienen. Con el problema o la oportunidad definida, el siguiente paso es determinar los objetivos de la investigación, definiendo y determinando de esta manera que información es necesaria para resolver las preguntas. Luego de describir y formular el problema y los objetivos, el siguiente paso es preparar un detallado cronograma especificando los diferentes pasos de la investigación. (Servantes, 2012)

b) Seleccionar y establecer el diseño de la investigación

Lo primero que se tiene que recordar es que cada investigación en cada tipo de negocio es diferente, por lo que el diseño puede variar, existiendo infinitos tipos. Los tipos "genéricos" de diseño en investigación son:

- Exploratoria: la investigación exploratoria se define como la recolección de información mediante mecanismos informales y no estructurados.
- Descriptiva: se refiere a un conjunto de métodos y procedimientos que describen a las variables de Marketing. Este tipo de estudio ayuda a determinar las preguntas básicas para cada variable, contestando quien, como, que y cuando. Este tipo de estudios puede describir cosas como, las actitudes de los clientes, sus intenciones y comportamientos, al igual que describir el número de competidores y sus estrategias.
- Causal: En este tipo de investigación se enfoca en controlar varios factores para determinar cuál de ellos es el causante del problema. Esto permite aislar las causas del problema, al mismo tiempo que entrega un nivel de conocimiento superior acerca de la variable que se estudia. Este tipo de estudio es el más complejo y por ende costoso. (Servantes, 2012)

c) Identificar los tipos de información necesaria y las fuentes

Existen dos tipos de información en investigación de mercados, la primaria y la secundaria. La información primaria es aquella que se releva directamente para un propósito específico. La información secundaria se refiere a aquella que ya existe en algún lugar y se recolectó para otro propósito. Por lo general este tipo de información es menos costosa que la primaria y en ocasiones basta con la revisión de internet o con una visita a la biblioteca local. En la actualidad existe mucha información de las diferentes áreas de negocio que se pueden usar para las investigaciones. (Servantes, 2012)

d) Determinar y diseñar los instrumentos de medición

Luego de determinar qué tipo de información es necesaria, se debe determinar el método en que se lograra dicha información. Existen múltiples métodos dentro de los

que se encuentran las encuestas telefónicas, las encuestas por correo o e-mail, encuestas personales o encuestas en grupo. Por otra parte, existen dos métodos básicos de recolección de información; mediante preguntas o mediante observación; siendo el instrumento más común el cuestionario. Se tienen dos tipos de formatos para la recolección:

- Estructurado: son listados con preguntas específicas cerradas, en las que se incluyen preguntas de opción múltiple con selección simple o selección múltiple. También se incluye escalas de referencia y ordenamientos.
- No Estructurados: son preguntas abiertas, donde el encuestado puede contestar con sus propias palabras. (Servantes, 2012)

e) Recolección de datos y análisis

Lo primero que se tiene que hacer es entrenar a los encuestadores, quienes serán los encargados de contactar con los encuestados y vaciar las preguntas en un formato para su posterior análisis. El análisis se debe iniciar con la limpieza de la información, con la confirmación de las escalas, verificación del correcto llenado de las encuestas y en ocasiones con pretabulaciones (en el caso de preguntas abiertas). (Servantes, 2012)

Una vez que se tiene codificada toda la información el análisis como tal puede dar inicio. La información también puede ser en una pequeña escala y obtenida mediante información cualitativa, siendo las sesiones de grupo la herramienta más usada. (Servantes, 2012)

f) Formular Hallazgos

Luego de analizar la información se puede hacer deducciones acerca de lo que sucede en el mercado, lo cual se le conoce como "hallazgos". Estos deben presentarse de una manera ordenada y lógica ante las personas encargadas de tomar las decisiones. Los reportes de investigación deben tener un capítulo de resumen, el cual será la guía para las personas que no conocen de investigación, haciendo el informe mucho más fácil de leer y seguir una continuidad. (Servantes, 2012)

1.6 Matriz Fortalezas-Oportunidades-Debilidades-Amenazas (FODA)

La matriz de análisis FODA, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz FODA en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis FODA permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra una empresa. (Espinosa, 2013)

1.6.1. Análisis externo

En el análisis externo de la empresa se identifican los factores externos claves para la empresa, como por ejemplo los relacionados con: nuevas conductas de clientes, competencia, cambios del mercado, tecnología, economía, etcétera. Se debe tener un especial cuidado dado que son incontrolables por la empresa e influyen directamente en su desarrollo. La matriz FODA divide por tanto el análisis externo en oportunidades y en amenazas. (Espinosa, 2013)

a) Oportunidades: representan una ocasión de mejora de la empresa. Las oportunidades son factores positivos y con posibilidad de ser explotados por parte de la empresa. Para identificar las oportunidades podemos responder a preguntas como: ¿existen nuevas tendencias de mercado relacionadas con nuestra empresa?, ¿qué cambios tecnológicos, sociales, legales o políticos se presentan en nuestro mercado?. (Espinosa, 2013)

b) Amenazas: pueden poner en peligro la supervivencia de la empresa o en menor medida afectar a nuestra cuota de mercado. Si identificamos una amenaza con suficiente antelación podremos evitarla o convertirla en oportunidad. Para identificar las amenazas de una organización, podemos responder a preguntas como: ¿qué obstáculos podemos encontrarnos?, ¿existen problemas de financiación?, ¿cuáles son las nuevas tendencias que siguen nuestros competidores? (Espinosa, 2013)

1.6.2. Análisis interno

En el análisis interno de la empresa se identifican los factores internos claves para nuestra empresa, como por ejemplo los relacionados con: financiación, marketing, producción, organización, etc. En definitiva se trata de realizar una autoevaluación, dónde la matriz de análisis FODA trata de identificar los puntos fuertes y los puntos débiles de la empresa. (Espinosa, 2013)

a) Fortalezas: son todas aquellas capacidades y recursos con los que cuenta la empresa para explotar oportunidades y conseguir construir ventajas competitivas. Para identificarlas podemos responder a preguntas como: ¿qué ventajas tenemos respecto de la competencia?, ¿qué recursos de bajo coste tenemos disponibles?, ¿cuáles son nuestros puntos fuertes en producto, servicio, distribución o marca? (Espinosa, 2013)

b) Debilidades: Son aquellos puntos de los que la empresa carece, de los que se es inferior a la competencia o simplemente de aquellos en los que se puede mejorar. Para identificar las debilidades de la empresa podemos responder a preguntas como: ¿qué perciben nuestros clientes como debilidades?, ¿en qué podemos mejorar?, ¿qué evita que nos compren?. (Espinosa, 2013)

1.7 Matriz Causa-Problema-Efecto-Solución (CPES)

Es la representación de varios elementos causas de un sistema que pueden contribuir a un problema, mismo que puede tener efectos en cualquier empresa y que pueden o no ser factibles de solución. Algunas veces es denominado como matriz causa-problema-efecto-solución; es una herramienta efectiva para estudiar procesos y situaciones, y para desarrollar un plan de recolección de datos. (Biblioteca CYTA, 1996)

Esta matriz es utilizada para identificar las posibles causas de un problema específico. La naturaleza gráfica del diagrama permite que los grupos organicen grandes cantidades de información sobre el problema y determinar exactamente las posibles causas. Finalmente, aumenta la probabilidad de identificar las causas principales. (Biblioteca CYTA, 1996)

Con frecuencia, las personas vinculadas de cerca al problema que es objeto de estudio se han formado opiniones sobre cuáles son las causas del problema. Estas opiniones

pueden estar en conflicto o fallar al expresar la causa principales. El uso de la matriz CPES hace posible reunir todas estas ideas para su estudio desde diferentes puntos de vista. (Biblioteca CYTA, 1996)

1.7.1. Principales características

a) El desarrollo y uso de Diagramas de Causa y Efecto son más efectivos después de que el proceso ha sido descrito y el problema esté bien definido. Para ese momento, los miembros del equipo tendrán una idea acertada de qué factores se deben incluir en el Diagrama.

b) Este formato también puede ser utilizado para otros propósitos diferentes al análisis de la causa principal. El formato de la herramienta se presta para la planeación. Por ejemplo, un grupo podría realizar una lluvia de ideas de las “causas” de un evento exitoso, tal como un seminario, una conferencia o una boda. Como resultado, producirían una lista detallada agrupada en una categoría principal de cosas para hacer y para incluir para un evento exitoso. (Biblioteca CYTA, 1996)

c) La matriz CPES no ofrece una respuesta a una pregunta, como lo hacen otras herramientas. Herramientas como el Análisis de Pareto, Diagramas Scatter, e Histogramas, pueden ser utilizadas para analizar datos estadísticamente. En el momento de generar estas herramientas, normalmente se ignora si estas causas son o no responsables de los efectos.

Por otra parte, CPES bien preparado es un vehículo para ayudar a los equipos a tener una concepción común de un problema complejo, con todos sus elementos y relaciones claramente visibles a cualquier nivel de detalle requerido. (Biblioteca CYTA, 1996)

1.7.2. Manejo de la matriz CPES

a) Identificar el problema. El problema (el efecto generalmente está en la forma de una característica de calidad) es algo que queremos mejorar o controlar. El problema deberá ser específico y concreto. (Biblioteca CYTA, 1996)

b) Determinar las causas principales. Representan el input principal/ categorías de recursos o factores causales. No existen reglas sobre qué categorías o causas se deben utilizar, pero las más comunes utilizadas por los equipos son los materiales, métodos, máquinas, personas, y/o el medio. (Biblioteca CYTA, 1996)

c) Realizar una lluvia de ideas de los efectos del problema, las ideas generadas en este paso guiarán la selección de las causas de raíz. Es importante que solamente efectos, y no soluciones del problema sean identificados. Para asegurar que su equipo está al nivel apropiado de profundidad, si surge una idea que se ajuste mejor en otra categoría, no discuta la categoría, simplemente escriba la idea. El propósito de la herramienta es estimular ideas, no desarrollar una lista que esté perfectamente clasificada. (Biblioteca CYTA, 1996)

e) Identificar los candidatos para las soluciones más idóneas. Las soluciones seleccionadas por el equipo son opiniones y deben ser verificadas con más datos. Todas las soluciones en el diagrama no necesariamente están relacionadas de cerca con el problema; el equipo deberá reducir su análisis a las soluciones más probables. (Biblioteca CYTA, 1996)

1.8 Fortalecimiento turístico

En una perspectiva de futuro con respecto a las potencialidades del turismo en cuanto al alivio de la pobreza, habría que prestar especial atención a una serie de factores clave, que determinan el marco en que la actividad turística se produce y sus consecuencias sobre los destinos. (Cortada, 2006)

1.8.1. Principales características del fortalecimiento turístico

a) Las políticas de gestión turística que tienden a concentrar los ingresos del turismo, que son, posteriormente, transferidos a potentes centros exportadores que suministran al

destino turístico. Mientras éste sufre los mayores impactos sociales, culturales y medioambientales, recibe a cambio la parte menor del total de los ingresos. (Cortada, 2006)

b) La naturaleza de las relaciones entre la actividad turística y el destino, que tienen generalmente un carácter extractivo, deben pasar a ser contempladas en el espacio de la sostenibilidad, de manera que la actividad turística se perpetúe con el enriquecimiento social y cultural del destino. (Cortada, 2006)

c) El protagonismo de la actividad turística recae habitualmente en el turista, cuya satisfacción es el fin último de todo el proceso. Se impone un cambio substancial hacia un nuevo paradigma en el que la actividad turística pase a ser un medio cuya finalidad es el desarrollo socioeconómico y la preservación del medio ambiente del destino, de manera que el protagonismo de la actividad turística pase a los participantes en toda la cadena productiva, básicamente la población local. (Cortada, 2006)

d) Los indicadores que miden el éxito o fracaso del desarrollo turístico se sustentan generalmente en datos sobre el crecimiento del PIB, el número de visitantes, de hoteles, los índices de ocupación de los alojamientos, etc. Una nueva visión daría prioridad a indicadores que dieran medida de las posibilidades de continuidad del destino, la preservación y mejora de su patrimonio natural y cultural, los beneficios socioeconómicos para la población del destino, la distribución de renta entre sus distintos segmentos sociales y, con especial relevancia, las oportunidades creadas para la superación de la pobreza. (Cortada, 2006)

e) Cualquier actividad turística es susceptible de convertirse en motor de desarrollo socioeconómico y de alivio de la pobreza. Tan importante es crear nuevas oportunidades, como integrar, en la realidad turística global existente, nuevas políticas que faciliten el alivio de la pobreza. (Cortada, 2006)

1.8.2. Estrategias de fortalecimiento turístico

La pretensión no va más allá de que del conjunto de realidades y reflexiones, que quizás inconexamente, se han ido plasmando, surjan, como producto del sentido

común, capital en estos procesos, nuevos debates y, sobre todo, propuestas de acción que concreten en realidades tangibles las potencialidades del turismo y la cultura como motores de desarrollo.

a) La relación cultura/turismo en la perspectiva del desarrollo solamente es posible y eficaz en el marco de planificaciones globales sostenibles que tengan en cuenta todos los aspectos del territorio y las dimensiones amplias del turismo y la cultura. Se debe minimizar el riesgo que suponen los proyectos experimentales en pequeños lugares y comunidades, que pueden, potencialmente, hipotecar la credibilidad del desarrollo turístico y de los mismos gestores del proyecto. (Cortada, 2006)

b) La perspectiva de generación de dinámica turística a partir de un activo cultural singular es naturalmente positiva, pero lo más trascendente en cuanto a desarrollo socioeconómico es la virtualidad de integrar la cultura y, por tanto, a sus protagonistas, la población local, en los movimientos turísticos cuantitativamente importantes. (Cortada, 2006)

c) La creación o consolidación de atractivos culturales debe ir indefectiblemente acompañada de mecanismos de rentabilización de los flujos turísticos. Es decir, si el territorio no obtiene beneficios económicos del uso de sus atractivos naturales y culturales acaba subvencionando al visitante. (Cortada, 2006)

d) En una perspectiva de desarrollo, el visitante pasa a formar parte del mercado y, por tanto, cualquier proceso debe asentarse en un tratamiento formal y adecuado de estrategias mercadológicas. Dentro del mercado turístico no existe un segmento específico, fácilmente acotable, para el consumo cultural, ya que el turista es, fundamentalmente, policonsumidor. (Cortada, 2006)

e) La adaptación e interpretación de los activos culturales de un territorio debe adecuarse a los lógicos requisitos de la dinámica turística, pero no transformarse en algo nuevo, ajeno a la identidad cultural autóctona. La magnificación o mixtificación de determinados atractivos culturales puede excluir otros aspectos de la cultura local y/o puede hacer perder uno de los valores más importantes del desarrollo turístico sostenible, la autenticidad. (Cortada, 2006)

f) En la planificación, diseño y gestión de cualquier proyecto se debe contar con profesionales de la cultura y del turismo que complementen sus tecnologías para el desarrollo de propuestas coherentes. La ausencia de una u otra especialidad profesional conlleva, habitualmente, el colapso del proyecto o de su perspectiva de sostenibilidad. (Cortada, 2006)

g) La preeminencia en la dirección del proyecto de las instituciones culturales da mayor valor a los contenidos de los productos finales y garantiza, frente al consumidor, el rigor cultural de la oferta. (Cortada, 2006)

h) La cooperación para el desarrollo, tanto desde la cultura como desde el turismo, debe cumplir un ciclo completo que va desde los primeros pasos de identificación de activos convertibles en atractivos turísticos, pasa por su documentación, puesta en valor, adaptación e interpretación, estructuración de productos y finaliza en la ubicación de éstos en los mercados turísticos con entidad suficiente para generar beneficios socioeconómicos para la población local. (Cortada, 2006)

i) Ninguna iniciativa de desarrollo es posible ni sostenible si no cuenta con un alto grado de participación de la población local en todas las partes del proceso. La implicación en la misma planificación y en la gestión final de productos y servicios es la garantía de una consecuencia positiva directa para la población y, por tanto, para su desarrollo socioeconómico. (Cortada, 2006)

II. METODOLOGÍA

2.1 TIPO DE ESTUDIO

La presente investigación es cuasi experimental, pues a través de la misma se pretendió en primer lugar recolectar datos en la zona de Villa La Unión, se describió variables y se analizó su interrelación en un momento dado, y a su vez se buscó evidenciar la eficacia de estrategias que permitirán orientar la actividad turística de la zona de estudio.

Tomando en cuenta la clasificación que realizan algunos autores sobre los tipos de investigación, la fundamentación teórica concerniente al tema, problema propuesto, los objetivos planteados y el enfoque que se pretende dar a este estudio; la presente investigación es a su vez:

- **Cualitativa**, porque describe detalladamente el estado situacional de la ciudad de Villa La Unión en el aspecto turístico.
- **Cuantitativa**, ya que se realizaron cálculos numéricos para la aplicación de encuestas en el cantón Colta, que luego fueron procesados y analizados para determinar características que se dan en personas de un grupo determinado de turistas.
- **De campo**, porque se investiga en el mismo sector de estudio; en este caso en la ciudad de Villa La Unión conformada por las parroquias de Sicalpa y Cajabamba, aquí se realizó un acercamiento directo con los sujetos involucrados en el problema mediante información obtenida en observaciones, encuestas y cuestionarios.

- **Descriptiva**, ya que se describe el perfil del turista que llega a conocer la zona de estudio, es decir que se relatan los hechos tal y como son observados, la forma en la que ocurren, ayudados mediante cálculos estadísticos.
- **Explicativa**, debido a que se pretendió exponer claramente las características de la zona de Villa La Unión junto con las fortalezas y puntos débiles que posee.

2.2 POBLACIÓN MUESTRA

Se realizó un sondeo de mercado por medio del cual se determinó como población de estudio al número de turistas que visitaron la ciudad de Villa La Unión durante el año 2015, el dato fue investigado en el Itur del cantón Colta y es de 84250 turistas.

Para la determinación del tamaño de la muestra se utilizó el cálculo estadístico de Canavos (1998) el mismo que se detalla a continuación:

$$n = \frac{N(P * Q)}{(N - 1)\left(\frac{e}{z}\right)^2 + (P * Q)}$$

Dónde:

- n** = tamaño de la muestra
- N** = población de estudio
- p** = probabilidad de ocurrencia (0,5)
- q** = probabilidad de no ocurrencia (0,5)
- e** = el margen de error (8%)
- z** = nivel de confianza

$$n = \frac{84250 * (0,5 * 0,5)}{(84250 - 1)\left(\frac{0,08}{1,75068607}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = 119,58 \approx 120 \text{ encuestas}$$

La herramienta que se utilizó para el levantamiento de la información fue la encuesta, la cual fue diseñada de acuerdo a los requerimientos de los posibles visitantes a esta localidad.

Los datos reunidos fueron tabulados con el programa SPSS 10.0, luego se realizó un análisis de la información determinando seguidamente el perfil del turista que se pretende captar.

2.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

2.3.1 Operacionalización de la hipótesis general

La determinación de estrategias permite fortalecer la actividad turística en la ciudad de Villa la Unión del cantón Colta, provincia de Chimborazo.

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Técnicas e instrumentos
Variable independiente: Estrategias	En turismo, la aplicación de estrategias es la forma más óptima de cumplir con objetivos propuestos que permitan incrementar la visitación en una zona determinada mediante el mejoramiento de las facilidades turísticas, brindar un servicio de calidad a los visitantes, promover el cuidado de la naturaleza y la recuperación de la cultura, y consecuentemente beneficiar a sus habitantes mediante el desarrollo adecuado de esta actividad. (Arcos, 2012)	<p>- Facilidades turísticas Estas complementan los atractivos pues permiten la permanencia y el disfrute de una estancia agradable, son para el turista. Son todas aquellas instalaciones y servicios destinados a facilitar el alojamiento y alimentación igual que las distracciones amenidades y servicios complementarios.</p> <p>-Servicios de calidad Tiene que ver con la forma adecuada de brindar la atención al</p>	<p>- Facilidades turísticas de Villa La Unión en buen estado y en condiciones 100% óptimas a disposición del turista.</p> <p>cuenta con que se encuentran en un 60% y el 40% restante necesita ser implementado o mejorado.</p> <p>- Prestadores de servicios turísticos capacitados al 100%, para poder brindar un servicio de calidad.</p> <p>Tan solo un 30% de prestadores de servicios turísticos de esta localidad se encuentran capacitados, será necesario profesionalizar al 70%</p>	<p>-Talleres -Informe técnico</p> <p>-Talleres -Cuestionarios -Encuestas</p>

		<p>turista, para lo cual se necesita la profesionalización o capacitación técnica para emprendedores de los servicios turísticos de la zona.</p> <p>-Motivación a los pobladores de Villa La Unión para el cuidado del ambiente y recuperación de sus tradiciones y cultura.</p>	<p>restante para poder brindar un servicio de calidad.</p> <p>-En el ámbito ambiental y cultural será necesario implementar proyectos que permitan incentivar al 100% de la población de Villa La Unión.</p>	<p>-Talleres -Informes</p>
<p>Variable dependiente: Actividad turística</p>	<p>La actividad turística en una zona específica se evalúa inicialmente por un diagnóstico situacional y seguidamente se determina por una investigación de mercado que permita determinar los gustos y preferencias de los turistas. (Alza, 2010)</p>	<p>-Diagnóstico situacional (Matriz FODA, matriz CPES)</p> <p>-Investigación de mercado</p>	<p>-Mediante un diagnóstico se podrá determinar ámbitos para mejorar y servirán para fortalecer la actividad turística en este sector.</p> <p>Facilidades turísticas, planta turística, ambiente/cultura y promoción turística.</p> <p>-Se tomará como universo de estudio en número de visitantes a la ciudad de Villa La Unión durante el año 2015, y se determinará una muestra para aplicar encuestas que permitirán definir el perfil del</p>	<p>-Talleres -Informes técnicos -Cuestionarios</p> <p>-Cuestionarios -Encuestas</p>

			turista.	
--	--	--	----------	--

2.4 PROCEDIMIENTOS

Para el diagnóstico situacional de la zona de estudio se buscó información secundaria en las bases de datos existentes en la municipalidad de la zona y en las estadísticas estipuladas en el INEC y se recolectó información primaria mediante talleres, entrevistas y salidas de campo; luego se estudió las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del lugar, para con ello elaborar la matriz Causa-Problema-Efecto-Solución (CPES), que ayudó a identificar los problemas que requieren de intervención inmediata, fortaleciendo así la actividad turística del sector.

Se identificaron los principales atractivos naturales y culturales, a través de la revisión de información secundaria e información primaria mediante la realización de talleres con los pobladores cercanos a los atractivos, ellos fueron quienes aprobaron la primera fase de la validación, después de esto se realizó salidas de campo para verificar la información, una vez identificados los atractivos turísticos se empleó la metodología propuesta por el MINTUR con la cual se jerarquizó a cada atractivo, tomando en cuenta los parámetros sugeridos y los cambios que han tenido los mismos.

En cuanto al estudio de mercado, se tomaron en cuenta variables en función del sistema turístico; es decir en base a atractivos, facilidades turísticas y superestructura turística, para el análisis de la demanda se revisó la información secundaria existente y para obtener información más clara se realizó una investigación de campo a través de la aplicación de encuestas a los turistas que llegan a la zona de Villa La Unión. Con estos resultados se realizó la proyección de la demanda actual y potencial, lo cual permitirá identificar el posible mercado que sustentará o fortalecerá la actividad turística en el sector.

Por último, para el diseño de estrategias que orientarán la actividad turística en la zona se plantearon formas de desarrollar el turismo de la zona de estudio, partiendo de la solución de los problemas existentes e impulsando las fortalezas ya identificadas en el sector. Se realizó un minucioso análisis de las debilidades en cuanto al aspecto turístico para poder dirigir estrategias orientadas a mejorar estas falencias y a motivar la optimización de los recursos con los que cuenta la zona de estudio.

2.5 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Para el desarrollo óptimo de la investigación, se utilizó la ayuda de cuestionarios y encuestas las cuales luego de ser aplicadas fueron tabuladas por medio del programa SPSS 10.0; luego se ordenó e interpreto la información en gráficos en forma de pastel o barra para mejor entendimiento. Para jerarquizar los atractivos de la zona se utilizó la ficha de inventarios turísticos emitida por el Ministerio de Turismo debido a que es la más completa y la dictaminada para estudios de este tipo.

La forma más eficiente de determinar la problemática existente en la zona y sus posibles soluciones es analizando detenidamente cada aspecto de la situación actual del sector, para ello fue de gran ayuda la utilización de las matrices de fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas; y la de problemas, causa, efecto y soluciones.

III. RESULTADOS

3.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA ZONA DE ESTUDIO

3.1.1 ÁMBITO FÍSICO-ESPACIAL

3.1.1.1 Ubicación geográfica

La ciudad de Villa La Unión se encuentra ubicada en la cabecera del cantón Colta, ubicada al noroccidente de la provincia de Chimborazo, a 19 km y 30 minutos de la ciudad de Riobamba y a 206 km de la capital de la república.

Altitud: 2600 - 4300 msnm

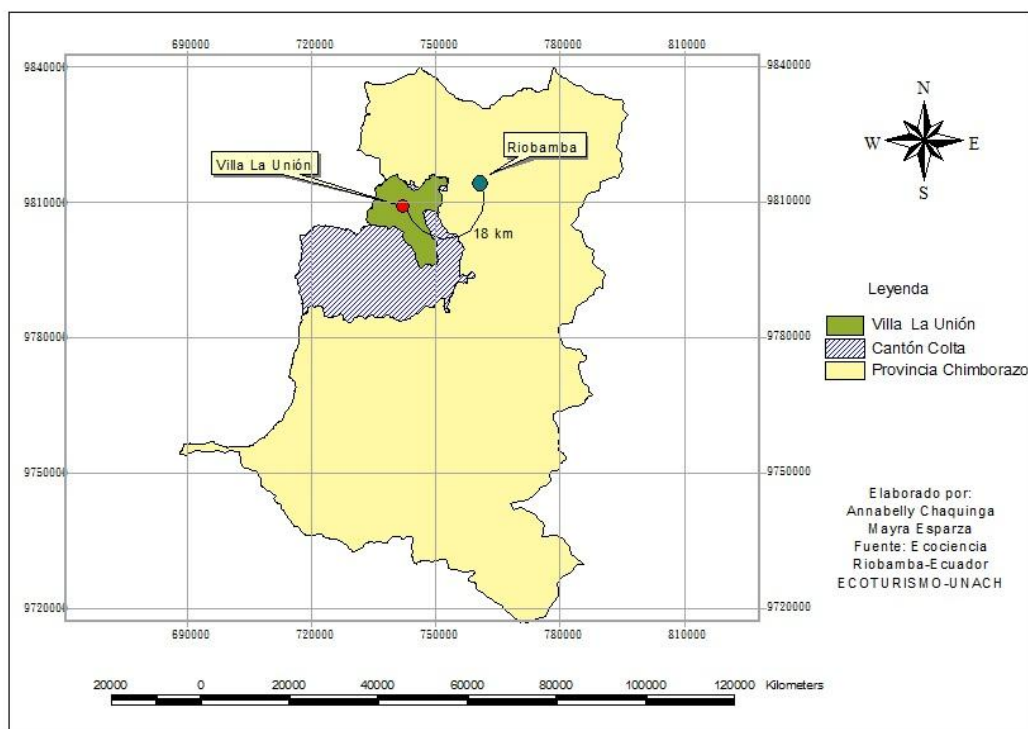
Latitud: 747566

Longitud: 9811734

Coordenadas proyectadas en UTM Zona 17S, Datum WGS84

Superficie: 19.513 hectáreas aproximadamente

Gráfico 1. Localización Villa La Unión



Elaborado por: Annabelly Chaquina-Mayra Esparza

3.1.1.2 División política administrativa

La ciudad Villa La Unión está conformada por las parroquias urbanas Sicalpa conformada por 8 sectores en los que se agrupan 62 comunidades y Cajabamba con 4 sectores que agrupan 14 comunidades, las cuales se describen a continuación:

Cuadro 1. Comunidades de Sicalpa

PARROQUIA SICALPA			
No.	NOMBRE DE LA COMUNIDAD	No.	NOMBRE DE LA COMUNIDAD
1	15 de Agosto	32	Lirio
2	20 de Agosto	33	Colta Monjas Alto
3	Anita	34	Majipamba
4	Cahuiña	35	Valle de Coltas Monjas
5	Compañía Labranza	36	Yanacocha
6	Cruz Loma	37	Canal Guacona
7	Cunambay	38	LeonPug
8	Guerraloma	39	Rumiloma Cochapamba
9	Huiñatus Chico	40	Ocpote Guallalog
10	Huiñatus Grande	41	Cebollar Bajo
11	La Pradera	42	Cebollar Centro
12	La Vaquería	43	Cebollar Alto
13	Liglig	44	Guallalog
14	Resén	45	Pichiloma
15	San Jacinto de Culluctus	46	San José de Cagrín
16	San Pedro de Rayoloma	47	Chacabamba Chico Cagrín
17	Santa Rosa Culluctus	48	Cochaloma Centro Cívico
18	Sicalpa Viejo	49	La Esperanza
19	Sicalpito	50	Quishuar María Elena
20	Sisapamba	51	Chacabamba Quishuar
21	Virgen de las Nieves	52	Quishuar Alto
22	2 de Mayo	53	Chacabamba Pilahuayco
23	ZigZig Corral	54	Cagrín Buena Fé
24	Guacona Santa Isabel	55	Ocpote Rumipamba
25	Guacona San Isidro	56	Ocpote San Luis
26	Coto Juan	57	Los Ángeles
27	Guacona La Merced	58	Ocpote Tablarumi
28	Guacona Belén	59	Ocpotillo Chico
29	Guacona San José	60	Ocpote Bella María
30	Guacona Grande	61	Gampala Torobamba
31	Guacona San Vicente	62	Mauca Corral

Fuente: MAGAP - Mapeo comunitario 2014

Elaborado por: Equipo técnico-PDOT Colta 2014

Cuadro 2. Comunidades de Cajabamba

PARROQUIA CAJABAMBA	
No	Nombre de la comunidad
1	Aichabug
2	Amula Chico
3	Bellavista
4	Chancahuán
5	Centro Hospital Gatazo
6	Gatazo Rinconada
7	Gatazo Elena Zambrano
8	Gatazo Pucará
9	Gatazo Zambrano
10	Gatazo Chico
11	Gatazo Grande
12	Hospital Gatazo
13	Mishquilli
14	Shamanga

Fuente: MAGAP - Mapeo comunitario 2014

Elaborado por: Equipo técnico-PDOT Colta 2014

3.1.1.3 Límites cantonales

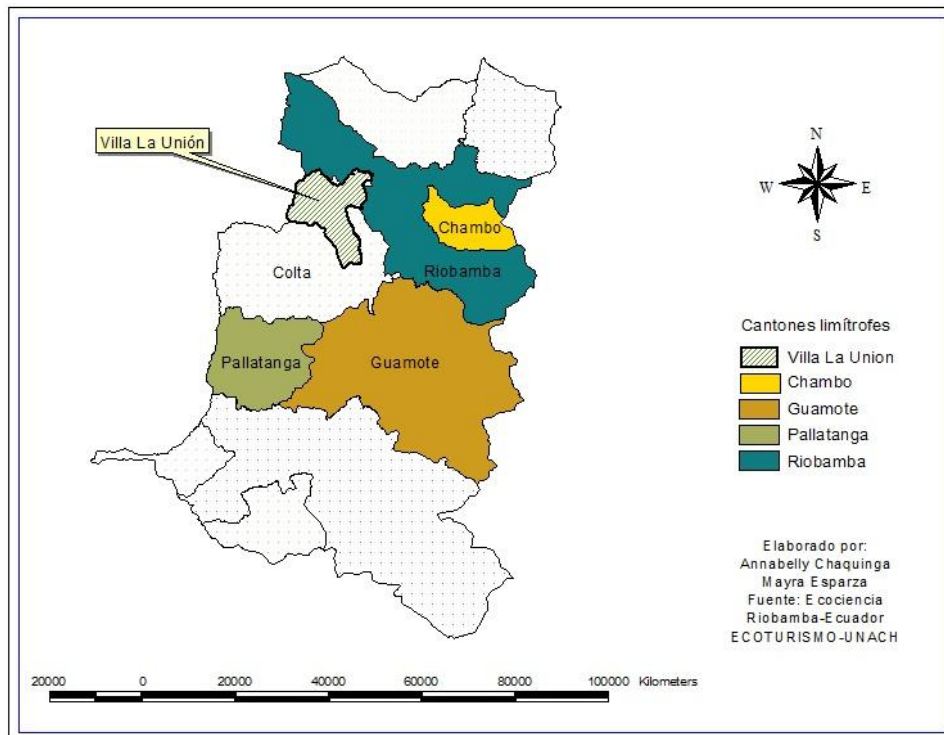
Norte: el cantón Riobamba (provincia de Chimborazo)

Sur: el cantón Pallatanga y el cantón Guamote (provincia de Chimborazo)

Este: el cantón Riobamba y el cantón Chambo

Oeste: el cantón Chillanes y el cantón San Miguel (provincia de Bolívar)

Gráfico 2. Límites cantonales de Villa La Unión



Elaborado por: Annabelly Chaquina-Mayra Esparza

3.1.1.4 Vías de acceso

Cuadro 3. Vías de acceso a Villa La Unión

Descripción	Distancia	Tipo de vía
Villa La Unión-Riobamba	19 km	Asfaltada
Villa La Unión -Quito	207 km	Asfaltada
Villa La Unión -Cuenca	234 km	Asfaltada
Villa La Unión -Guayaquil	209 km	Asfaltada

Fuente: Censo INEC-2010

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

Villa La Unión se halla atravesada por importantes vías carrozables que la ponen en comunicación con las demás ciudades del austro ecuatoriano, al Norte y a la Costa, siendo estas la carretera García Moreno (Panamericana) y la interregional que une la provincia de Chimborazo con la del Guayas. Así mismo su territorio está cruzado por la vía terrea Guayaquil - Quito. Si bien estas importantes vías no pertenecen directamente a la ciudad de Villa La Unión, sus habitantes las utilizan por su cercanía, comodidad y porque son la únicas que le comunican con Riobamba y las demás ciudades del país.

Todas las comunidades de esta ciudad cuentan con caminos vecinales que las comunican con las parroquias urbanas, estos caminos vecinales han sido construidos unos por el concejo provincial, otros por los propietarios de la tierra y otros por los habitantes del lugar en el sistema de mingas.

El camino vecinal que parte de Sicalpa a Sicalpa Viejo une todas las comunidades. Así por ejemplo Chiquitas, Pucará, Guiñatús. La vía lastrada y ensanchada por parte de la compañía llega a Cruz Loma, luego a Chacahuan, y se comunica con la Cemento Chimborazo.

Villa La Unión se une con NAVAC mediante el antiguo camino a Pallatanga así como las Huaconas.

En forma general todas las comunidades cuentan con caminos vecinales siendo en su casi totalidad ramificaciones de la panamericana.

3.1.1.5 Transporte

En lo que se relaciona con los medios de transporte se utilizan a más de los medios tradicionales sobre todo en el sector, rural (caballos, asnos), los medios de transporte modernos existiendo una cooperativa de carros que realizan el transporte exclusivo de Sicalpa y Cajabamba hacia Riobamba y viceversa.

Las cooperativas Ñuca Llacta, Guamote y Colta que realizan viajes hacen el recorrido diario de Riobamba hacia Cajabamba y otras comunidades.

Cuadro 4. Cooperativas de transporte a Villa La Unión

Nombre de la cooperativa	Frecuencia	Horario	Número de unidades
Ñuca Llacta	15 minutos	De 04h30 a 19h30	60
Guamote	10 minutos	De 04h00 a 20h00	45
Colta	15 minutos	De 05h00 a 21h00	50

Fuente: Censo INEC-2010

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

3.1.2 ÁMBITO ECOLÓGICO-TERRITORIAL

3.1.2.1 Clasificación ecológica

La ciudad Villa La Unión presenta varias formaciones vegetales, de las cuales se describe sus características, fisonomía y composición florística.

El páramo herbáceo en esta zona destaca la presencia de la paja siendo las más representativas las Poáceas, se nota que se realizan actividades agropecuarias como extensiones del pasto, que degradan gran parte del páramo además de la quema del mismo, actividad que produce alteraciones. En cuanto a su diversidad mantiene su flora característica.

El bosque húmedo presenta una accesibilidad compleja lo que permite que esta cobertura mantenga su flora característica pues no existen intervenciones humanas, pero cabe resaltar que existen pequeños parches de bosques, que tienen un alto grado de alteración debido a actividades pecuarias y extensión de la frontera agrícola.

El matorral húmedo a su vez se presenta como una transición de vegetación en las diferentes coberturas, las cuales en múltiples ocasiones se les puede definir también como el resultado de la regeneración natural, en este sector al igual que otro tipo de coberturas el matorral está sometida a actividades degradativas como la expansión de cultivos de la zona.

La vegetación herbácea de humedal, se puede identificar en las zonas donde existe acumulación de agua ya sea en lagunas o pequeños reservorios, esta cobertura destaca la presencia de especies de Totoras lo podemos observar en la laguna de Colta, con diferentes grados de alteración.

La cobertura vegetal natural en general presenta factores antropogénicos, como son la extensión de los cultivos, la realización de actividades pecuarias, ganaderas y otras como la presencia de vías e infraestructura que interviene en su degradación y alteración.

3.1.2.2 Usos de suelo

De la superficie total de la ciudad Villa La Unión la mayor parte del territorio está ocupado para el uso, conservación y protección sostenible, esta zona cuenta con gran parte de páramo como también remanentes de bosque y matorral húmedo. El suelo también se utiliza para la actividad pecuaria, razón por la cual se cultivan pastos en su mayoría de tipo rye grass, trébol blanco y pasto azul para alimentación de ganado.

En cuanto al uso agrícola, en este sector se dan cultivos de ciclo corto y todo tipo de tierra cultivada. Las plantaciones forestales como el pino y el eucalipto se encuentran en el uso protección o producción; el uso agropecuario mixto abarca cultivos que no son fáciles de diferenciar ya que están asociados con varios cultivos en la misma parcela, además también pueden estar asociados tanto cultivos como vegetación natural.

Y en menor superficie se encuentran los usos como: antrópico, tierras improductivas, y el uso acuícola, que completan la superficie de la ciudad Villa La Unión, simplificado en la siguiente tabla:

Cuadro 5. Usos del suelo

USO	%
Acuícola	0,0009
Agrícola	14,77
Agua	0,15
Antrópico	1,09
Conservación y Producción	9,15
Conservación y Protección	48,42
Agropecuario Mixto	1,12
Pecuario	20,67
Protección o Producción	4,22
Tierras Improductivas	0,40
TOTAL	100

Fuente: Censo INEC-2010

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

3.1.2.3 Topografía

Corresponden a depósitos mayores de tobas, aglomerados y en menor cantidad lavas andesíticas. Las tobas se encuentran en gran parte de esta zona, aflorando tobas cristalinas cementadas y mayormente arenosas, blanquecinas, blandas sin cementación. Aglomerados con clastos subangulosos a sub-redondeados de roca volcánica, cementada, los clastos se encuentran en una relación del 50% con la matriz, del tipo limo arenosa tobácea. La roca es masiva, poco fracturada y meteorizada. Las geoformas más representativas dentro de esta formación son los relieves volcánicos colinado muy alto, volcánico montañoso y terraza media.

3.1.2.4 Condiciones climáticas

a) Precipitación

La recopilación de los historiales de precipitación y de los demás parámetros climáticos tanto diarios, mensuales como anuales de todas las estaciones de la zona en estudio, han sido tomados del **INAMHI y de la DGAC**. Analizando las series de precipitaciones mensuales conjuntamente con los días de lluvia del mismo lapso de tiempo y relacionándolos con los valores de estaciones vecinas, se han eliminado algunos datos ilógicos.

Después de esta depuración preliminar, las alturas de lluvias anuales fueron sometidas a un contraste estadístico entre estaciones vecinas, cuyas características físico-climáticas guardan cierta similitud.

La caracterización pluviométrica se realizó mediante el análisis de la variabilidad mensual o distribución intra-anual (régimen de precipitación), con la finalidad de identificar épocas lluviosas o secas.

Cuadro 6. Precipitación anual-Villa La Unión

NOMBRE	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL
Villa La Unión	50,74	80,41	69,05	117,36	79,23	36,29	21,11	18,78	37,84	66,23	61,94	48,37	687,35

Fuente: MAGAP-2012

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta 2014

b) Temperatura

La temperatura del aire es el elemento del clima al que se asigna mayor importancia como causa de las variaciones que experimentan el crecimiento, el desarrollo y la productividad de los cultivos agrícolas. La ciudad Villa La Unión se encuentra en una zona climática fría. Posee una temperatura media de 4 a 12 °C con variaciones a veces considerables que son de gran ayuda para la población que se dedican a las actividades agrícolas.

3.1.2.5 Paisaje

Se caracteriza por la presencia de relieves montañosos con fuertes pendientes y suelos formados por ceniza volcánica que recubren formaciones como la Macuchi y Yunguilla de eventos volcánicos recientes; que contrastan con los relieves volcánicos colinados ubicados en la parte oriental del cande esta zona, y que con pendientes medias a muy fuertes, formaron suelos negros, mullidos y de buena fertilidad, que descansan sobre las formaciones Cangagua y Sicalpa. Seguidamente se observan superficies onduladas que se interrelacionan con todos los relieves a lo largo de gran parte del territorio, obteniendo suelos poco a moderadamente profundos, con pH principalmente ligeramente ácido y con niveles altos a medios de fertilidad.

En el entorno contrastan terrazas y valles fluviales formados por la deposición de materiales de origen aluvial; que, en algunos casos han dado lugar a la formación de suelos fértiles y profundos, mientras que en otros se encontraron suelos con problemas debido a la acumulación de carbonato de calcio dentro del perfil.

3.1.2.6 Flora

Cuadro 7. Identificación de especies de flora

Nombre común	Nombre científico	Tipo de vegetación
Paja	<i>Cortaderia dioica</i>	Herbácea
Arquitecto	<i>Culcitium reflexum</i>	Herbácea
Valeriana	<i>Valeriana ceratophylla</i>	Herbácea
Chuquirahua	<i>Chuquiragua aurea</i>	Arbustiva
Alverjilla	<i>Lathyrusodoratus</i>	Herbácea
Mortiños	<i>Hesperomeles</i>	Herbácea
Retama	<i>Spartium junceum</i>	Arbustiva
Musgo	<i>Polytrio spp</i>	Herbácea
Quinoa	<i>Chenopodium quinoa</i>	Herbácea
Sigxi	<i>Cauco</i>	Arbustiva
Gramma	<i>Cynodon dactylon</i>	Herbácea
Taracsaku	<i>Taraxacum officinale</i>	Arbustiva
Cala huala	<i>Polypodium calaguala</i>	Herbácea
Yahual	<i>Polylepis spp</i>	Arbórea
Laurel	<i>Laurus nobilis</i>	Arbórea
Matico	<i>Buddleja globosa</i>	Herbácea
Chilca	<i>Baccharis spp.</i>	Arbusto
Ortiguilla	<i>Urtica dioica</i>	Herbácea
Manzanilla	<i>Machamomilla tricaria</i>	Herbácea
Marco	<i>Ceroxylon spp.</i>	Herbácea
Capulí	<i>Prunus serótina</i>	Arbórea
Arrayan	<i>Luma apiculata</i>	Arbusto
Pumamaqui	<i>Oreopanax spp.</i>	Arbórea
Mora	<i>Morus nigra</i>	Herbácea
Taxo	<i>Pasiflora tripartita</i>	Herbácea
Caballo chupa	<i>Equisetum arvense</i>	Herbácea
Tilo	<i>Sambucus spp.</i>	Herbácea
Chocho	<i>Erythrina</i>	Arbusto
Cedrón	<i>Aloysiatriphylla</i>	Herbácea
Chicharon		Herbácea
Menta	<i>Mentharo tundifolia</i>	Herbácea
Sauco	<i>Sambucus nigra</i>	Arbusto
Llantén	<i>Plantagomajor</i>	Herbácea
Balsa	<i>Ochroma pyramidale</i>	Arbórea
Barrojo	<i>Borojoa patinoicuatrec</i>	Herbácea

Fuente: Taller impactos ambientales, 2011–Técnicos GADs cantonal y parroquiales.

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

3.1.2.7 Fauna

Cuadro 8. Identificación de especies de mamíferos

Nombre Común	Nombre Científico
Conejo	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>
Venado	<i>Odocoileus virginianus</i>
Lobo	<i>Canis lupus ignatus</i>
Chucuri	<i>Mustela frenata</i>
Zorro	<i>Vulpes</i>
Ratón	<i>Apodemus sylvaticus</i>
Raposa	<i>Caluromis sp.</i>
Guanta	<i>Agouti paca</i>
Ardilla	<i>Ratus vanidosus</i>
Cuchucho	<i>Nasua narica</i>
Puma	<i>Puma concolor</i>
Cabra	<i>Caprae garrus</i>
Llama	<i>Lama glama</i>

Fuente: Taller impactos ambientales, 2011–Técnicos GADs cantonal y parroquiales.

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

Cuadro 9. Identificación de especies de aves

Nombre Común	Nombre Científico
Curiquingue	<i>Curiquingue</i>
Guarro	<i>Geranoaetus</i>
Mirlo	<i>Turdus merula</i>
Facundo	<i>Facungo</i>
Pato	<i>Carolinus mexicanus</i>
Perdiz	<i>Alectoris rufa</i>
Zumbadora	<i>Drymarchon corcus</i>
Quinde	<i>Buteo sp.</i>
Tórtola	<i>Streptopelia turtur</i>
Torcazas	<i>Zenaidura macroura</i>
Colibrí	<i>Archilochus colubris</i>
Pájaro	<i>Pyrocephalus rubinus</i>
Cóndor	<i>Vultur gryphus</i>
Búho	<i>Asio flammeus</i>
Perico	<i>Aratinga chloroptera</i>
<i>Ah = Alimentación humana; Med = Medicinal</i>	

Fuente: Investigación de campo, Ordenamiento Territorial 2011

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

3.1.2.8 Hidrología

Se considera clave analizar la estacionalidad y regulación hídrica, los resultados reflejan que las zonas de importancia hídrica alta se encuentran ubicadas en las parroquias Sicalpa y Cajabamba, resultando de mayor importancia las microcuencas del: Río Sasapud, Río Llinllín, entre otras. Los páramos de esta zona son patrimonio natural, son fuente de agua de dos cuencas hidrográficas importantes para la generación de agua para el riego y la generación eléctrica a nivel nacional: Guayas (45%), Pastaza (55%).

3.1.2.9 Problemas ambientales

Las afectaciones son los que producen una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. Se realizó una determinación cualitativa de las acciones que contaminan sobre el recurso Agua.

En esta zona existen acciones que tiene un radio de acción extenso, provocando así el posible efecto de afectación de las propiedades: químicas, físicas como también afectando en aguas superficiales y subterráneas, así también provocando la disponibilidad en cantidad del recurso.

A continuación se detallan los problemas ambientales más comunes en esta zona:

- Se arroja basura orgánica e inorgánica en ríos, quebradas, y fuentes de agua
- Se realiza pastoreo en lugares cercanos a fuentes de agua
- Existen tuberías de descarga de aguas residuales de la industria de lácteos, acopios, industria de la madera
- Descarga de aguas servidas y uso domestico
- Se emplean fertilizantes e insumos químicos en la producción Agrícola

3.1.2.10 Contaminación del aire en los centros poblados concentrados

Indiscutiblemente la basura este sector es un gran problema, porque no se conoce cómo controlarla, separar ni reciclar la basura, sin darse cuenta los pobladores han estado

perjudicándose a sí mismos, trayendo consigo diferentes tipos de enfermedades, plagas, etc.

El primer paso es concienciar a la sociedad, sobre la necesidad de respetar el entorno más inmediato; reduciendo la basura que se produce, limitar el uso de materiales perecederos como el agua o los productos que contengan gases, cuidar la flora, la fauna, incluyendo animales domésticos, etc. y trabajar los principales problemas medioambientales del planeta.

En Villa La Unión la basura lleva siendo un problema casi desde el origen de ésta, debido a la alta densidad de población y al hecho de arrojar la basura a las calles. Esto ha producido la proliferación de insectos, roedores y microorganismos patógenos. Un mal sistema de gestión de las basuras, producirá un deterioro y depreciación del entorno debido a la contaminación del aire, del agua y del suelo y la pérdida de tierras agrícolas. Una familia urbana promedio (que consta de 5 personas) produce un metro cúbico de basura

3.1.3 ÁMBITO SOCIOCULTURAL

3.1.3.1 Historia

a) La Cultura Puruhá

Esta cultura indígena es posterior al año 1200 de la era cristiana y habitó en los valles fríos y ventosos del centro del Callejón Interandino ecuatoriano correspondientes a las provincias de Tungurahua y Chimborazo. Fueron agricultores que vivieron en pequeños poblados cultivando las laderas aterrazadas de las montañas y los valles interandinos, basaban su alimentación en el maíz, la papa y la quinua. Cultivaron la cabuya, cuyas fibras constituían su principal producto de intercambio. Tuvieron acceso a valles calientes, donde producían bienes de gran demanda, como la coca, el algodón y el ají. Estos productos eran acaparados y luego redistribuidos, por una pequeña élite muy poderosa.

Sus dioses tutelares eran los volcanes Chimborazo y Tungurahua, y según sus creencias, la unión de ellos -varón el primero y hembra el segundo- inició la existencia del pueblo Puruhá. Tenían una monarquía federativa, donde cada curacao régulo gobernaba independientemente su propio pueblo; pero, en los casos graves relativos al bienestar general, todos los jefes se juntaban a deliberar en asamblea común, presidida por el régulo.

Tenían un gobierno bien organizado y leyes que arreglaban la sucesión al poder. La monarquía era hereditaria y sucedía siempre el hijo varón. Los Puruháes se distinguieron por su bravura en la lucha contra los invasores incas y españoles y fueron dos de sus más valientes caudillos, los generales Epiclachima y Calicuchima, quienes hicieron frente a los conquistadores. Los Incas intentaron doblegar su heroica resistencia por medio de grandes movilizaciones humanas, desde sus tierras hacia lejanas regiones de lo que hoy es Perú, Bolivia y norte de Argentina. Estas movilizaciones masivas fueron llamadas Mitimaes.”

Se ha podido establecer que los Puruháes formaban un señorío étnico importante en base a la unión de cinco «llactacunas» (tierra de nacimiento). Bajo el Cacique de Señorío se hallaban los señores étnicos principales. Los mandatarios Puruháes, al igual que los de la región de Quito, situaron los centros políticos, donde se concentraba la mayor parte de la población, en los valles de menor altitud adecuados para la producción de maíz y de tubérculos.

Se han localizado vestigios de esta cultura tales como extensos cementerios con objetos de cobre como brazaletes, tumis (cuchillos para sacrificio) y tupus (prendedores de ropa). Su cerámica se caracteriza por el uso del color ojo monocromo, generalmente alisado y ocasionalmente pulido. La decoración consistía básicamente en la ornamentación grabada y en el empleo de la técnica negativa. Entre sus formas sobresalen los cántaros antropomorfos, platos con mango, compoteras de pie alto, vasijas enroscadas y trípodes.

3.1.3.2 Etnicidad

En la elaboración del Censo INEC 2010 se integraron parámetros de inclusión cultural y social con el ánimo de determinar la autoidentificación étnica para la población mayor a 0 años. Este nuevo mecanismo ha permitido lograr un mayor acercamiento a la gran diversidad étnica e identidad cultural de sus ciudadanos así como al reconocimiento de sus derechos. Villa La Unión es una ciudad con población mayoritariamente indígena, ya que en el censo del 2010 se autodefinen como indígenas el 83% de los habitantes y el 16% como mestizos. Posee una población de 18561 habitantes de los cuales el 12% se encuentra en el área urbana, mientras que el 88% restante se encuentran en el área rural.

Cuadro 10. Autoidentificación según su cultura y costumbres

Autoidentificación	Porcentaje
Indígena	83,41
Afroecuatoriano	0,08
Negro	0,01
Mulato	0,02
Montubio	0,06
Mestizo	16,26
Blanco	0,14
Otro	0,02
Total	100,00

Fuente: Censo INEC-2010

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

El 12.45% de la población está localizada en la cabecera parroquial, lo cual refleja el escaso proceso de urbanización y el poco afianzamiento de las actividades comerciales y de servicios, dirigida a fortalecer la producción agrícola y turística.

En la distribución de la población por sexo actualmente se tiene que el 48% corresponde a los hombres, mientras que el 52% está representado por mujeres, observándose de esta forma que la relación es mínima entre ambos.

Cuadro 11. Género de la población

Sexo	Porcentaje
Hombre	47,83
Mujer	52,17
Total	100,00

Fuente: Censo INEC-2010

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

El decrecimiento poblacional de esta zona en los últimos 11 años se debe a que los habitantes han migrado a las grandes ciudades debido principalmente al incremento de la pobreza y el desempleo; la baja calidad y acceso a servicios básicos, alimentación, educación, salud, saneamiento; entre otras razones, han marcado esta época entre la incertidumbre y la sensación de un futuro incierto.

Cuadro 12. Migración

Principal motivo de viaje	Porcentaje
Trabajo	72,55
Estudios	8,50
Unión familiar	12,42
Otro	6,54
Total	100,00

Fuente: Censo INEC-2010

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

3.1.3.3 Población

Cuadro 13. Edad de la población

Grupos de edad	Porcentaje
Menor de 1 año	1,41
De 1 a 4 años	6,52
De 5 a 9 años	9,13
De 10 a 14 años	10,93
De 15 a 19 años	10,12
De 20 a 24 años	7,87
De 25 a 29 años	6,86
De 30 a 34 años	5,69
De 35 a 39 años	5,27
De 40 a 44 años	4,97
De 45 a 49 años	4,73
De 50 a 54 años	4,74
De 55 a 59 años	4,76
De 60 a 64 años	4,33
De 65 a 69 años	4,33
De 70 a 74 años	3,44
De 75 a 79 años	2,52
De 80 a 84 años	1,48
De 85 a 89 años	0,68
De 90 a 94 años	0,13
De 95 a 99 años	0,04
De 100 años y más	0,01
Total	100,00

Fuente: Censo INEC-2010
Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

La mayor parte de la población de Villa La Unión posee edades entre 10 y 14 años (10,93%); entre 15 y 19 años (10,12%) y el resto de los habitantes entre 20 a 30 años.

3.1.3.4 Fiestas

Cuadro 14. Fiestas o rituales

FECHA	FIESTA O RITUAL
19 - 20 – 21 Enero	Festividades del Patrón San Sebastián (Cajabamba)
Febrero o Marzo	Carnaval –Pawkar Raymi
Abril	Domingo de Ramos. Semana Santa
21 junio	Inti Raymi
2 de Agosto	Aniversario de Cantonización (Programa preparado por el GAD. Municipal de Colta)
Los fines de semana a partir del 5 de Agosto	Festividades de la Santísima Virgen de las Nieves de Sicalpa (Programa que prepara y ejecuta los pobladores de Sicalpa Viejo)
7 – 8 de septiembre	Festividades de Nuestra Sra. de la Natividad
24 de Diciembre	Navidad (Pases del Niño) por los priostes de Sicalpa.

Fuente: Información turística GAD-Colta 2013,
Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

3.1.3.5 Patrimonio cultural

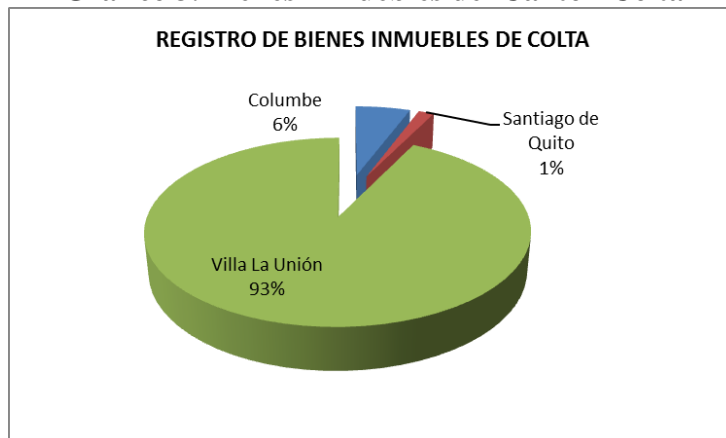
En los procesos de crecimiento de los pueblos el patrimonio cultural juega un papel muy importante como una forma de testimoniar la historia de estos; convirtiéndose en un activo que conlleva a amplias posibilidades de desarrollo socioeconómico y que permite apuntalar la identidad de la población.

El registro de los bienes patrimoniales sienta las bases para un sistema de gestión que permita la planificación para una posterior ejecución de actividades encaminadas a la investigación, conservación, control, promoción y goce de los ellos.

El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural a través de la Dirección de Inventario Patrimonial en el año 2008 realiza el Registro de Bienes Inmuebles del cantón Colta, aprobando su catastro en el año 2010, constan de 123 Bienes Inmuebles en total, subdividido de 114 bienes Inmuebles en Villa la Unión, 7 en la parroquia de Columbe y

2 en Santiago de Quito; no encontramos bienes inmuebles inventariados en las parroquias de Juan de Velasco y Cañi.

Gráfico 3. Bienes inmuebles del Cantón Colta



Fuente: INPC 2014

Elaboración: Equipo Técnico PDOT Colta

3.1.3.6 Servicios básicos

a) Disponibilidad de Servicios Básicos. Parroquia Sicalpa

En el cuadro mostrado a continuación se describe el número de Comunidades que disponen del correspondiente parámetro de servicio básico:

Cuadro 15. Disponibilidad de servicios básicos-Sicalpa

SERVICIO	PARAMETROS	SICALPA								TOTAL
		SECTOR 1	SECTOR 2	SECTOR 3	SECTOR 4	SECTOR 5	SECTOR 6	SECTOR 7	SECTOR 8	
SISTEMA DE AGUA	CAPTACION	6	7	13	7	10	10	4	6	63
	CONDUCCION	6	7	13	7	10	11	4	6	64
	RESERVA	6	7	14	7	9	11	3	6	63
	TRATAMIENTO	6	7	6	3	4	5	1	5	37
	RED DE	6	7	13	7	10	11	4	6	64
	MEDIDORES	6	5	7	7	7	10	3	6	51
	JUNTA ADMINISTRADORA	0	4	10	7	8	11	4	5	49
SANEAMIENTO	ALCANTARILLADO	6	0	5	2	0	0	0	0	13
	BATERÍAS SANITARIAS	6	3	6	1	5	9	2	1	33
	LETRINAS	0	7	10	6	6	5	3	6	43
MANEJO DE DESECHOS SÓLIDOS	CLASIFICACION_	0	6	0	0	3	5	0	3	17
	RECOLECCION_	6	5	6	4	4	3	3	4	35

Fuente: Levantamiento de Campo-Septiembre 2014.

Elaboración: Equipo Técnico-PDOT Colta

De las tablas y cuadros estadísticos mostrados anteriormente, los datos relevantes concernientes a la variable Disponibilidad de Servicio de Sistema de Agua de Consumo Humano en la parroquia Sicalpa son:

- 37 comunidades disponen de Tratamiento, correspondientes al 60 %.

Los datos relevantes concernientes a la variable Disponibilidad de Servicio Saneamiento en la parroquia Sicalpa son:

- En los Sectores 3, 5, 6, 7 y 8 las soluciones sanitarias son las Letrinas y Baterías Sanitarias.
- Únicamente los Sectores 1, 2 y 4 cuentan con Sistemas de Alcantarillado.

Los datos relevantes concernientes a la variable Disponibilidad de Servicio Manejo de Desechos Sólidos en la parroquia Sicalpa son:

- En los Sectores 2, 5, 6 y 8 se realiza una Clasificación de los Desechos Sólidos.
- En los 8 Sectores se cuenta con Recolección de Desechos Sólidos.

b) Disponibilidad de Servicios Básicos. Parroquia Cajabamba

En el cuadro mostrado a continuación se describe el número de Comunidades que disponen del correspondiente parámetro de Servicio Básico:

Cuadro 16. Disponibilidad de servicios básicos-Cajabamba

SERVICIO	PARAMETROS	CAJABAMBA				TOTAL
		SECTOR 1	SECTOR 2	SECTOR 3	SECTOR 4	
SISTEMA DE AGUA	CAPTACION	5	5	4	3	17
	CONDUCCION	5	5	4	3	17
	RESERVA	5	5	4	3	17
	TRATAMIENTO	4	2	4	1	11
	RED DE	5	5	4	3	17
	MEDIDORES	5	5	4	3	17
	JUNTA ADMINISTRADORA	5	4	2	2	13
SANEAMIENTO	ALCANTARILLADO	3	1	4	0	8
	BATERÍAS SANITARIAS	4	3	2	0	9
	LETRINAS	4	3	1	3	11
MANEJO DE DESECHOS SÓLIDOS	CLASIFICACION	0	0	0	0	0
	RECOLECCION	4	5	4	0	13

Fuente: Levantamiento de Campo-Septiembre 2014.

Elaboración: Equipo Técnico-PDOT Colta

De las tablas y cuadros estadísticos mostrados anteriormente, los datos relevantes concernientes a la variable Disponibilidad de Servicio de Sistema de Agua de Consumo Humano en la parroquia Cajabamba son:

- 6 comunidades No disponen de Tratamiento en toda la parroquia.

Los datos relevantes concernientes a la variable Disponibilidad de Servicio Saneamiento en la parroquia Cajabamba son:

- Únicamente en el Sector 4 No se tiene Sistemas de Alcantarillado, a su vez las soluciones sanitarias son Letrinas.

Los datos relevantes concernientes a la variable Disponibilidad de Servicio Manejo de Desechos Sólidos en la parroquia Cajabamba son:

- En ningún Sector se realiza una Clasificación de los Desechos Sólidos.
- En los todos los Sectores se cuenta con Recolección de Desechos Sólidos, excepto en el Sector 4.

Cuadro 17. Procedencia principal del agua-Villa La Unión

Procedencia	Porcentaje
De red pública	52,94
De pozo	12,37
De río, vertiente, acequia o canal	29,83
De carro repartidor	0,20
Otro	4,66
Total	100,00

Fuente: Censo INEC-2010

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

En general, la mayor parte de agua de esta ciudad proviene de red pública (53%); de un río, vertiente, acequia o canal (30%), de pozos (12%) y otros (5%)

Cuadro 18. Tipo de servicio higiénico o escusado-Villa La Unión

Tipo de servicio	Porcentaje
Conectado a red pública de alcantarillado	23,21
Conectado a pozo séptico	22,92
Conectado a pozo ciego	25,60
Con descarga directa a río, lago o quebrada	0,34
Letrina	9,84
No tiene	18,09
Total	100,00

Fuente: Censo INEC-2010

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

El tipo de servicio higiénico o escusado se encuentra en la mayor parte de la ciudad conectado a un pozo ciego (26%); a la red pública de alcantarillado (23%); pozo séptico

(23%); no poseen (18%); en letrinas (10%).

3.1.3.7 Telecomunicaciones-medios de comunicación

a) Servicio de internet

La evolución y el acceso a Internet en estos últimos tiempos ha crecido enormemente, en medida tal que actualmente su uso es imperativo para la conectividad y comunicación social, conformándose en un ente intrínseco en nuestras vidas, y su crecimiento no se puede detener.

Cuadro 19. Disponibilidad de internet

Disponibilidad	Porcentaje
Si	1,20
No	98,80
Total	100,00

Fuente: Censo INEC-2010

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

La mayoría de la población no cuenta con el servicio de internet (99%) y el resto de sus habitantes sí poseen este servicio (1%)

b) Internet. Parroquia Sicalpa

En el cuadro mostrado a continuación se describe el número de Comunidades que disponen de servicio de Internet:

Cuadro 20. Disponibilidad de internet-Sicalpa

UNIDAD TERRITORIAL		SERVICIO	PARAMETROS	DISPONE		CALIDAD			COBERTURA (%)
PARROQUIA	SECTOR			SI	NO	ALTA	MEDIA	BAJA	
SICALPA	SECTOR 1	INTERNET	PARTICULAR	6	0	6	0	0	43
			ZONA LIBRE	0	6	0	0	6	0
	SECTOR 2	INTERNET	PARTICULAR	0	7	0	0	0	0
			ZONA LIBRE	0	7	0	0	0	0
	SECTOR 3	INTERNET	PARTICULAR	4	10	0	4	0	18
			ZONA LIBRE	3	11	0	3	0	3
	SECTOR 4	INTERNET	PARTICULAR	1	6	1	0	0	5
			ZONA LIBRE	0	7	0	0	0	0
	SECTOR 5	INTERNET	PARTICULAR	0	10	0	0	0	0
			ZONA LIBRE	0	10	0	0	0	0
	SECTOR 6	INTERNET	PARTICULAR	0	11	0	0	0	0
			ZONA LIBRE	1	10	0	0	0	1
	SECTOR 7	INTERNET	PARTICULAR	1	3	1	0	0	5
			ZONA LIBRE	0	4	0	0	0	0
	SECTOR 8	INTERNET	PARTICULAR	1	5	0	1	0	13
			ZONA LIBRE	0	6	0	0	0	0
TOTALES INTERNET PARTICULAR				13	52	8	5	0	10
TOTALES INTERNET LIBRE				4	61	0	3	6	1

Fuente: Levantamiento de Campo-Septiembre 2014.

Elaboración: Equipo Técnico-PDOT Colta

De las tablas y cuadros estadísticos mostrados anteriormente, los datos relevantes concernientes a la variable Disponibilidad de Servicio de Internet en la parroquia Sicalpa son:

- 13 comunidades disponen de Servicio de Internet Particular.
- 52 comunidades No disponen de Servicio de Internet Particular.

Los datos relevantes concernientes a la variable Calidad de Servicio de Internet en la parroquia Sicalpa son:

- 8 comunidades cuentan con Alta Calidad de Servicio de Internet particular.

Los datos relevantes concernientes a la variable Cobertura de Servicio de Internet en la parroquia Sicalpa son:

- 10 % de Cobertura de Servicio de Internet.

c) Internet. Parroquia Cajabamba

Cuadro 21. Disponibilidad de internet-Cajabamba

UNIDAD TERRITORIAL		SERVICIO	PARAMETROS	DISPONE		CALIDAD			COBERTURA (%)	
PARROQUIA	SECTOR			SI	NO	ALTA	MEDIA	BAJA		
CAJABAMBA	SECTOR 1	INTERNET	PARTICULAR	2	3	0	0	2	16	
			ZONA LIBRE	0	5	0	0	0	0	
	SECTOR 2	INTERNET	PARTICULAR	2	3	2	0	0	30	
			ZONA LIBRE	0	5	0	0	0	0	
	SECTOR 3	INTERNET	PARTICULAR	3	1	0	3	0	46	
			ZONA LIBRE	1	3	0	1	0	0	
	SECTOR 4	INTERNET	PARTICULAR	1	2	0	1	0	1	
			ZONA LIBRE	0	3	0	0	0	0	
	TOTALES INTERNET PARTICULAR				8	9	2	4	2	23
	TOTALES INTERNET LIBRE				1	16	0	1	0	0

Fuente: Levantamiento de Campo-Septiembre 2014.

Elaboración: Equipo Técnico-PDOT Colta

De las tablas y cuadros estadísticos mostrados anteriormente, los datos relevantes concernientes a la variable Disponibilidad de Servicio de Internet en la parroquia Cajabamba son:

- 8 comunidades/barrios disponen de Servicio de Internet Particular.
- 9 comunidades/barrios No disponen de Servicio de Internet Particular.

Los datos relevantes concernientes a la variable Calidad de Servicio de Internet en la parroquia Cajabamba son:

- 4 comunidades cuentan con una Calidad Media de Servicio de Internet particular.

Los datos relevantes concernientes a la variable Cobertura de Servicio de Internet en la parroquia Cajabamba son:

- 23 % de Cobertura de Servicio de Internet.

d) Servicio de Telefonía

Cuadro 22. Servicio de telefonía-Villa La Unión

Disponibilidad de teléfono convencional	Porcentaje
Si	9,38
No	90,62
Total	100,00

Fuente: Censo INEC-2010

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

La mayoría de la población no cuenta con el servicio de telefonía (91%) y el resto de sus habitantes si poseen este servicio (9%)

Se ha tomado en cuenta la existencia del Servicio de Telefonía bajo 2 parámetros: Telefonía Fija y Telefonía Móvil.

La Telefonía fija, realiza el transporte de voz en tiempo real entre dos terminales, estando ambos terminales, o al menos el terminal de origen (que realiza la llamada), conectados a una red conmutada de telecomunicaciones en una ubicación fija. Dicha red de telecomunicaciones es la red telefónica conmutada.

La telefonía móvil, también llamada telefonía celular, básicamente está formada por dos grandes partes: una red de comunicaciones y los terminales que permiten el acceso a dicha red. La telefonía móvil de hoy en día se ha convertido en un instrumento muy útil debido a la fácil comunicación entre personas. Los celulares cuentan con distintas aplicaciones que pueden facilitar diversas labores cotidianas. (La investigación de campo se realizó independientemente de la operadora de Telefonía Móvil).

e) Telefonía. Parroquia Sicalpa

Cuadro 23. Disponibilidad de telefonía-Sicalpa

UNIDAD TERRITORIAL		SERVICIO	PARAMETROS	DISPONE		CALIDAD			COBERTURA (%)
PARROQUIA	SECTOR			SI	NO	ALTA	MEDIA	BAJA	
SICALPA	SECTOR 1	TELEFONIA	FIJA	6	0	6	0	0	77
			MOVIL	6	0	6	0	0	86
	SECTOR 2	TELEFONIA	FIJA	0	7	0	0	0	0
			MOVIL	7	0	1	6	0	56
	SECTOR 3	TELEFONIA	FIJA	3	11	3	0	0	23
			MOVIL	14	0	3	11	1	120
	SECTOR 4	TELEFONIA	FIJA	2	5	1	1	0	13
			MOVIL	7	0	4	3	0	71
	SECTOR 5	TELEFONIA	FIJA	0	10	0	0	0	0
			MOVIL	8	2	2	4	2	47
	SECTOR 6	TELEFONIA	FIJA	1	9	0	1	0	5
			MOVIL	8	3	0	7	1	34
	SECTOR 7	TELEFONIA	FIJA	2	2	2	0	0	35
			MOVIL	4	0	4	0	0	100
	SECTOR 8	TELEFONIA	FIJA	0	6	0	0	0	0
			MOVIL	6	0	1	5	0	80
TOTALES TELEFONIA FIJA				14	50	12	2	0	19
TOTALES TELEFONIA MOVIL				60	5	21	36	4	74

Fuente: Levantamiento de Campo-Septiembre 2014.

Elaboración: Equipo Técnico-PDOT Colta

De las tablas y cuadros estadísticos mostrados anteriormente, los datos relevantes concernientes a la variable Disponibilidad de Servicio de Telefonía en la parroquia Sicalpa son:

- 50 comunidades/barrios No disponen de Servicio de Telefonía Fija.
- 60 comunidades/barrios disponen de Servicio de Telefonía Movil.

Los datos relevantes concernientes a la variable Calidad de Servicio de Telefonía en la parroquia Sicalpa son:

- 12 comunidades/barrios cuentan con Alta Calidad de Servicio de Telefonía Fija.
- 36 comunidades/barrios cuentan con Calidad Media de Servicio de Telefonía Móvil.

Los datos relevantes concernientes a la variable Cobertura de Servicio de Telefonía en la parroquia Sicalpa son:

- 19 % de Cobertura de Servicio de Telefonía Fija.
- 74 % de Cobertura de Servicio de Telefonía Móvil.

f) Telefonía. Parroquia Cajabamba

Cuadro 24. Disponibilidad de telefonía-Cajabamba

UNIDAD TERRITORIAL		SERVICIO	PARAMETROS	DISPONE		CALIDAD			COBERTURA (%)
PARROQUIA	SECTOR			SI	NO	ALTA	MEDIA	BAJA	
CAJABAMBA	SECTOR 1	TELEFONIA	FUJA	4	1	2	1	1	25
			MOVIL	5	0	4	0	1	75
	SECTOR 2	TELEFONIA	FUJA	2	3	2	0	0	40
			MOVIL	5	0	4	1	0	100
	SECTOR 3	TELEFONIA	FUJA	4	0	0	4	0	68
			MOVIL	4	0	1	3	0	74
	SECTOR 4	TELEFONIA	FUJA	1	2	0	1	0	3
			MOVIL	2	1	2	0	0	37
TOTALES TELEFONIA FIJA				11	6	4	6	1	34
TOTALES TELEFONIA MOVIL				16	1	11	4	1	71

Fuente: Levantamiento de Campo-Septiembre 2014.

Elaboración: Equipo Técnico-PDOT Colta

De las tablas y cuadros estadísticos mostrados anteriormente, los datos relevantes concernientes a la variable Disponibilidad de Servicio de Telefonía en la parroquia Cajabamba son:

- 11 comunidades/barrios disponen de Servicio de Telefonía Fija.
- 16 comunidades/barrios disponen de Servicio de Telefonía Móvil.

Los datos relevantes concernientes a la variable Calidad de Servicio de Telefonía en la parroquia Cajabamba son:

- 6 comunidades/barrios cuentan con Calidad Media de Servicio de Telefonía Fija.
- 11 comunidades/barrios cuentan con Alta Calidad de Servicio de Telefonía Móvil.

Los datos relevantes concernientes a la variable Cobertura de Servicio de Telefonía en la parroquia Cajabamba son:

- 34 % de Cobertura de Servicio de Telefonía Fija.
- 71 % de Cobertura de Servicio de Telefonía Móvil.

3.1.3.8 Servicio de energía eléctrica

Cuadro 25. Procedencia de luz eléctrica-Villa La Unión

Procedencia	Porcentaje
Red de empresa eléctrica-servicio público	88,55
Panel solar	0,02
Generador de luz (planta eléctrica)	0,02
Otro	0,15
No tiene	11,26
Total	100,00

Fuente: Censo INEC-2010

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

La luz eléctrica en Villa La Unión procede principalmente de la red de la empresa eléctrica de servicio público (89%); no poseen (11%) y en mínima cantidad poseen paneles solares, planta eléctrica u otro medio de energía eléctrica.

Se ha tomado en cuenta la existencia del Servicio Energía Eléctrica bajo 2 parámetros: Medidores de energía en cada hogar para determinar el acceso al servicio y Alumbrado Público en general.

3.1.3.9 Energía Eléctrica. Parroquia Sicalpa

En el cuadro mostrado a continuación se describe el Número de Comunidades que disponen de servicio de Energía Eléctrica:

Cuadro 26. Disponibilidad de energía eléctrica-Sicalpa

UNIDAD TERRITORIAL		SERVICIO	PARAMETROS	DISPONE		CALIDAD			COBERTURA (%)
PARROQUIA	SECTOR			SI	NO	ALTA	MEDIA	BAJA	
SICALPA	SECTOR 1	ENERGÍA ELÉCTRICA	MEDIDOR	6	0	6	0	0	86
			ALUMBRADO PÚBLICO	6	0	0	6	0	69
	SECTOR 2	ENERGÍA ELÉCTRICA	MEDIDOR	7	0	3	4	0	96
			ALUMBRADO PÚBLICO	7	0	0	4	3	23
	SECTOR 3	ENERGÍA ELÉCTRICA	MEDIDOR	12	2	1	9	2	59
			ALUMBRADO PÚBLICO	9	5	0	8	1	44
	SECTOR 4	ENERGÍA ELÉCTRICA	MEDIDOR	7	0	4	3	0	86
			ALUMBRADO PÚBLICO	6	1	3	2	1	38
	SECTOR 5	ENERGÍA ELÉCTRICA	MEDIDOR	10	0	10	0	0	77
			ALUMBRADO PÚBLICO	6	4	0	1	5	5
	SECTOR 6	ENERGÍA ELÉCTRICA	MEDIDOR	11	0	1	8	1	82
			ALUMBRADO PÚBLICO	5	6	1	1	2	8
	SECTOR 7	ENERGÍA ELÉCTRICA	MEDIDOR	4	0	4	0	0	100
			ALUMBRADO PÚBLICO	4	0	3	1	0	64
	SECTOR 8	ENERGÍA ELÉCTRICA	MEDIDOR	6	0	2	3	1	99
			ALUMBRADO PÚBLICO	3	3	0	1	2	8
TOTALES MEDIDOR				63	2	31	27	4	86
TOTALES ALUMBRADO PÚBLICO				46	19	7	24	14	32

Fuente: Levantamiento de Campo-Septiembre 2014.

Elaboración: Equipo Técnico-PDOT Colta

De las tablas y cuadros estadísticos mostrados anteriormente, los datos relevantes concernientes a la variable Disponibilidad de Servicio de Energía Eléctrica en la parroquia Sicalpa son:

- 63 comunidades disponen de Medidor de Energía Eléctrica en sus hogares.
- 46 comunidades disponen de Servicio de Alumbrado Público.

Los datos relevantes concernientes a la variable Calidad de Servicio de Energía Eléctrica en la parroquia Sicalpa son:

- 31 comunidades cuentan con Baja Calidad de Medidor de Energía Eléctrica en sus hogares.
- 24 comunidades disponen de Calidad Media de Servicio de Alumbrado Público.

Los datos relevantes concernientes a la variable Cobertura de Servicio de Energía Eléctrica en la parroquia Sicalpa son:

- 86 % de Cobertura de Medidores de Energía Eléctrica en sus hogares.
- 32 % de Cobertura de Servicio de Alumbrado Público.

3.1.3.10 Energía Eléctrica. Parroquia Cajabamba

En el cuadro mostrado a continuación se describe el Número de Comunidades que disponen de servicio de Energía Eléctrica:

Cuadro 27. Disponibilidad de energía eléctrica-Cajabamba

UNIDAD TERRITORIAL		SERVICIO	PARAMETROS	DISPONE		CALIDAD			COBERTURA (%)	
PARROQUIA	SECTOR			SI	NO	ALTA	MEDIA	BAJA		
CAJABAMBA	SECTOR 1	ENERGÍA ELÉCTRICA	MEDIDOR	5	0	5	0	0	83	
			ALUMBRADO PÚBLICO	5	0	3	2	0	45	
	SECTOR 2	ENERGÍA ELÉCTRICA	MEDIDOR	5	0	2	3	0	84	
			ALUMBRADO PÚBLICO	4	1	0	1	3	33	
	SECTOR 3	ENERGÍA ELÉCTRICA	MEDIDOR	4	0	0	4	0	68	
			ALUMBRADO PÚBLICO	4	0	0	4	0	68	
	SECTOR 4	ENERGÍA ELÉCTRICA	MEDIDOR	3	0	0	2	1	67	
			ALUMBRADO PÚBLICO	2	1	0	0	2	43	
	TOTALES MEDIDOR				17	0	7	9	1	76
	TOTALES ALUMBRADO PÚBLICO				15	2	3	7	5	47

Fuente: Levantamiento de Campo-Septiembre 2014.

Elaboración: Equipo Técnico-PDOT Colta

De las tablas y cuadros estadísticos mostrados anteriormente, los datos relevantes concernientes a la variable Disponibilidad de Servicio de Energía Eléctrica en la parroquia Cajabamba son:

- 17 comunidades/barrios disponen de Medidor de Energía Eléctrica en sus hogares.
- 15 comunidades/barrios disponen de Servicio de Alumbrado Público.

Los datos relevantes concernientes a la variable Calidad de Servicio de Energía Eléctrica en la parroquia Cajabamba son:

- 9 comunidades/barrios cuentan con Calidad Media de Medidor de Energía Eléctrica en sus hogares.
- 7 comunidades/barrios disponen de Calidad Media de Servicio de Alumbrado Público.

Los datos relevantes concernientes a la variable Cobertura de Servicio de Energía Eléctrica en la parroquia Cajabamba son:

- 76 % de Cobertura de Medidores de Energía Eléctrica en sus hogares.
- 47 % de Cobertura de Servicio de Alumbrado Público.

3.1.3.11 Centros de salud

Existen varios factores fundamentales que influyen para que una sociedad alcance un nivel mayor de desarrollo de forma más equitativa y colectiva; uno de estos factores es la salud, constituyendo un indicador clave del desarrollo humano.

Bajo éste preámbulo, la sanidad debe ser considerada como una necesidad básica que el Estado debe cubrir para el bienestar integral de los diversos actores sociales, a la vez debe ir de la mano con la construcción de infraestructura, ampliación física y de recursos humanos, extensión y mejoramiento cualitativo de los servicios de salud, dotación de insumos, medicamentos y sistemas sanitarios, etc.

a) Centro médico de orientación y planificación familiar CEMOPLAF

El Centro Médico de Orientación y Planificación Familiar CEMOPLAF es una organización no gubernamental, sin fines de lucro, su principal objetivo es la prestación de servicios de salud con énfasis en salud sexual y reproductiva cuyo propósito es contribuir al mejoramiento de la salud de hombres, mujeres y niños logrando una mejor calidad de vida a la población, CEMOPLAF cuenta con excelencia técnica con personal capacitado comprometido y motivado.

CEMOPLAF Cajabamba viene trabajando en: Información, Educación y Consejería en Salud Sexual y Reproductiva; en coordinación con clubes, presidentes comunitarios y organizaciones.

3.1.3.12 Instituciones educativas

La educación integral es un derecho humano fundamental al que todas y todos debemos tener acceso. Según algunas corrientes de la teoría política es una responsabilidad social y prioritaria que el Estado debe otorgar de manera universal.

En este proceso se denota como prioritaria la formación y capacitación constante del pueblo, pues éste constituye un pilar fundamental para mejorar sus condiciones de vida, permitiendo que los individuos promuevan sus intereses y se resistan a la explotación.

El acceder a la instrucción formal permite incorporar el conocimiento en las tareas diarias, generar nuevas prácticas y saberes, consigue estimular las capacidades de la

población y dinamizar el entorno en el que surge la iniciativa y creatividad, donde nuevas visiones y enfoques empiezan a tomar fuerza.

Cuadro 28. Instituciones educativas-Cajabamba

INSTITUCIÓN	Total estudiantes
Tnte. Carlos Díaz Terán	52
6 de Marzo	28
CEB Doctor José Mariano Borja	305
Unidad Educativa Intercultural Bilingüe Jaime Roldós Aguilera	423
CEB Dr. Amable Rosero León	128
Colegio Nacional 15 de Agosto	104
Colegio Nacional Tomas Oleas	644
Centro de Educación Básica Dos de Agosto	195
Tomas B. Oleas	146
Centro Educativo Comunitario Batalla de Gatazo	65
Luis Alberto Falconi	39
Unicef	73

Fuente: MEC-Portal educativo 2013-2014

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

Cuadro 29. Instituciones educativas-Sicalpa

INSTITUCIÓN	Total estudiantes
Juan Bautista Aguirre	41
Red Educativa Sicalpa	491
Esc. José maría Villavicencio	125
UEIB Ingeniero Hermel Tayupanda	217
UEIB Segundo Jacobo Yépez Tocto	163
Colegio General Rumiñahui	168
Escuela Mixta Dr. Luis Cordero Crespo	28
Escuela Shiry Caran	38
Sabiduría Andina Mauca Corral	29

Fuente: MEC-Portal educativo 2013-2014

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

3.1.3.13 Nivel de instrucción

Cuadro 30. Nivel de instrucción más alto

Nivel de instrucción	Porcentaje
Ninguno	21,80
Centro de alfabetización	5,02
Preescolar	0,94

Primario	35,37
Secundario	14,00
Educación básica	9,16
Bachillerato	3,42
Postbachillerato	0,60
Superior	6,39
Postgrado	0,23
Se ignora	3,06
Total	100,00

Fuente: Censo INEC-2010

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

El nivel de instrucción más alto en Villa La Unión es el primario (36%), ninguno (22%), secundario (14%), educación básica (9%), superior (6%), centro de alfabetización (5%), bachillerato (3%), se ignora (3%), preescolar (1%) y otros (1%)

3.1.3.14 Problemas socioculturales

Cuadro 31. Problemas socioculturales de Villa La Unión

COMPONENTE SOCIO CULTURAL		
VARIABLE	PROBLEMAS	POTENCIALIDADES
Demografía	Marcado decrecimiento poblacional	Fijar alternativas de desarrollo juvenil
	Migración internacional constante	Conocimiento de nuevas formas de vida
	Preponderante población infantil y joven	Población a ser capacitada en debida forma
	Alta densidad poblacional en el lado Este cantonal	Propiciar el tipo de urbanismo comunitario
	Migración interna espontánea	Mantenimiento de la economía familiar
Educación	Cierre de Centros Educativos tradicionales	Cuentan con nuevas Unidades Educativas
	Reagrupación diversa estudiantil por áreas educativas	Fomento de un nuevo liderazgo estudiantil
	Profesores-docentes ambulantes	Reubicación en nuevas áreas de trabajo
	Nivel de escolaridad promedio medio	Desarrollo Educativo Alternativo
	Reasignación de nueva pedagogía de estudio	Conocimiento de nuevas formas de ser y pensar
Salud	La Infección Respiratoria Aguda es preponderante	Fomentar el cuidado de la salud
	Insuficiencia de especialidades en el hospital	Viabilizar el nuevo espacio administrativo regional
	Alta tasa de mortalidad infantil	Control de la mortalidad
	Insuficiencia cardíaca como principal causa de muerte	Fomento de líneas medicinales suficientes
	Cambio de espacio administrativo regional	Fomento de la nueva forma de atención pública
Acceso y uso de espacio público	Escasez de espacios públicos deportivos	Fomento de nuevos espacios deportivos
	Rehabilitación y mejora de los actuales por obsoletos	Rehabilitación de los espacios deportivos
	Casas comunales en desuso	Coordinación del uso público d la casa comunal

	Centros de capacitación comunal insuficientes	Dotación de centros de capacitación comunal
	Inexistencia de casa culturales de la comunidad	Fomentar la cultura comunal en espacio público
Organización y tejido Social	Intentos de desintegración comunal	Las comunidades son organizadas y poseen infraestructura para los actos
	Insistencia comunal en la organización	La gente se organiza para mingas comunales
	Baja oferta de mano de obra calificada	Se cuenta con Escuela Taller "Puruha" para formación artesanal
	Se cuenta con signos de individualismo	Revitalización de lazos de confraternidad
	Proliferación de nuevas religiones	Con dos mayoritarias religiones prospera la paz
Grupos étnicos	Pérdida de la vestimenta autóctona	Preponderante dialecto Kichwa-Puruha
	Pérdida del idioma Kichwa	Mantenimiento de costumbres éticas quichuas
	Hay un cambio división festiva	Festividades armónicas naturales del sector
	Mecanización agrícolas en las partes planas	Uso de herramientas manuales agrícolas
Cohesión Social	Se fomenta el individualismo laboral	Familias completas trabajan en tareas productivas
	Las siembras se estandariza con el uso de químicos	Uso de herramientas agrícolas locales
	Existe una proliferación organizativa	Se fomenta una fraternidad laboral
	Los espacios organizativos no son sólidos	Se cuenta con diversos niveles organizativos
Patrimonio Cultural	Desconocimiento de su patrimonio	Poseen viviendas e iglesias patrimoniales
	Deficiente sistema de difusión sobre el patrimonio	Son obras autóctonas del lugar
	Insuficiencia comunicativa el tema patrimonial	Se fomenta el proyecto de conservación
	Desgaste y pérdida del patrimonio	Revitalización religiosa católica y evangélica
Movimientos migratorios y vectores de movilidad humana	Existe migración interna y externa	Conocimiento de otras formas de vida
	Desregularización familiar	Se propicia un nuevo liderazgo
	Contagio de nuevas enfermedades	Existe un control soluble instantáneo
	Pérdida de identidad cultural	Entrelazamiento familiar diverso

Fuente: Talleres participativos 2014.

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

3.1.4 ÁMBITO POLÍTICO-ADMINISTRATIVO

3.1.4.1 Estructura política y administrativa en el lugar

a) Organización social comunitaria

La unidad familiar es monogamia. Los padres migran temporalmente, en busca de trabajo muchos de los hijos/as lo hacen también.

Los miembros de la familia que permanecen en la comunidad apoyan con su mano de obra en las actividades agropecuaria (siembras, cosechas, cuidado de animales otros), convirtiéndose en una estrategia que se mantiene tradicionalmente, misma que permite complementar la economía de la familia para la subsistencia.

Las familias se agrupan al interior de asociaciones o comunidades que generalmente tienen personería jurídica, mismas que constituyen las organizaciones de primer grado.

Se afilian a organizaciones provinciales y nacionales y que conforman las organizaciones de segundo y tercer grado como el COMICH, COMPOCIECH, CONAIE, FEINE. Con fines de tener acceso o ser beneficiarios de alguna obra de infraestructura o proyectos productivos por parte de las instituciones públicas u ONGs,

En las comunidades existen algunas organizaciones; cada una cumple la función específica para la que fue creada sin perjudicar ni interferir en lo que las otras hacen, pues tienen diferentes intereses, los miembros de cada una de ellas pertenecen y viven dentro del territorio y hay independencia entre ellas.

A continuación detallamos las organizaciones que existen:

- Las comunidades con sus respectivas directivas velan por el desarrollo de cada una, la mayoría tienen reconocimiento jurídico.
- Los comités de padres de familia, trabajan por el bienestar de los niños de las escuelas, no tienen personería jurídica.
- Comités de juntas de agua son jurídicos.
- Grupo de mujeres, no todos son jurídicos.
- Clubes Sociales y deportivos.

Dentro de la comuna los miembros hacen pequeños aportes de dinero sobre todo para organizar actividades sociales y culturales.

En las diferentes organizaciones las asambleas ordinarias se realizan generalmente una vez al mes y las extraordinarias cuando el caso amerite, las juntas directivas se reúnen luego que se termina la asamblea general, las actas de las asambleas las llevan generalmente las secretarias /os; las tesoreras/os llevan registros de todos los ingresos y egresos realizados por la organización, en las asambleas se presenta informes, todos los registros tanto contables como de actas se los realiza de forma manual. No se hace auditorías externas.

Las actuales directivas fueron elegidas en asamblea general, evento que generalmente se lleva a cabo los últimos días de diciembre o los primeros días de enero dependiendo de cómo se programe en cada comunidad y organización.

La forma de evaluación a los dirigentes, es a través de los informes que presentan a la asamblea del ejercicio de sus funciones, de las gestiones que han realizado de acuerdo a lo planificado.

Los trabajos comunitarios generalmente se realizan cada 6 meses para arreglo de caminos u otras labores que beneficien a toda la comunidad, participan todos los socios, el trabajo se reparte por igual.

Los trabajos que se realizan de manera colectiva; de manera gratuita están encaminados a brindar beneficio a todas las familias de la comunidad, tales como, arreglo de camino, reparación de la iglesia, trabajos para implementación de sistemas de riego o agua de uso doméstico, entre otros.

Generalmente se hace gestión ante autoridades e instituciones del Estado para la consecución de alguna obra, como agua, escuela casa comunal, cancha y otras.

Siempre se piensa que el desarrollo está en conseguir obras de infraestructura; sin embargo de que también incluyen temas en impulsar la educación, adquisición de conocimientos, en el fortalecimiento del talento humano, (hacia el pleno ejercicio de los derechos y la participación democrática); es decir se topa el tema del capital

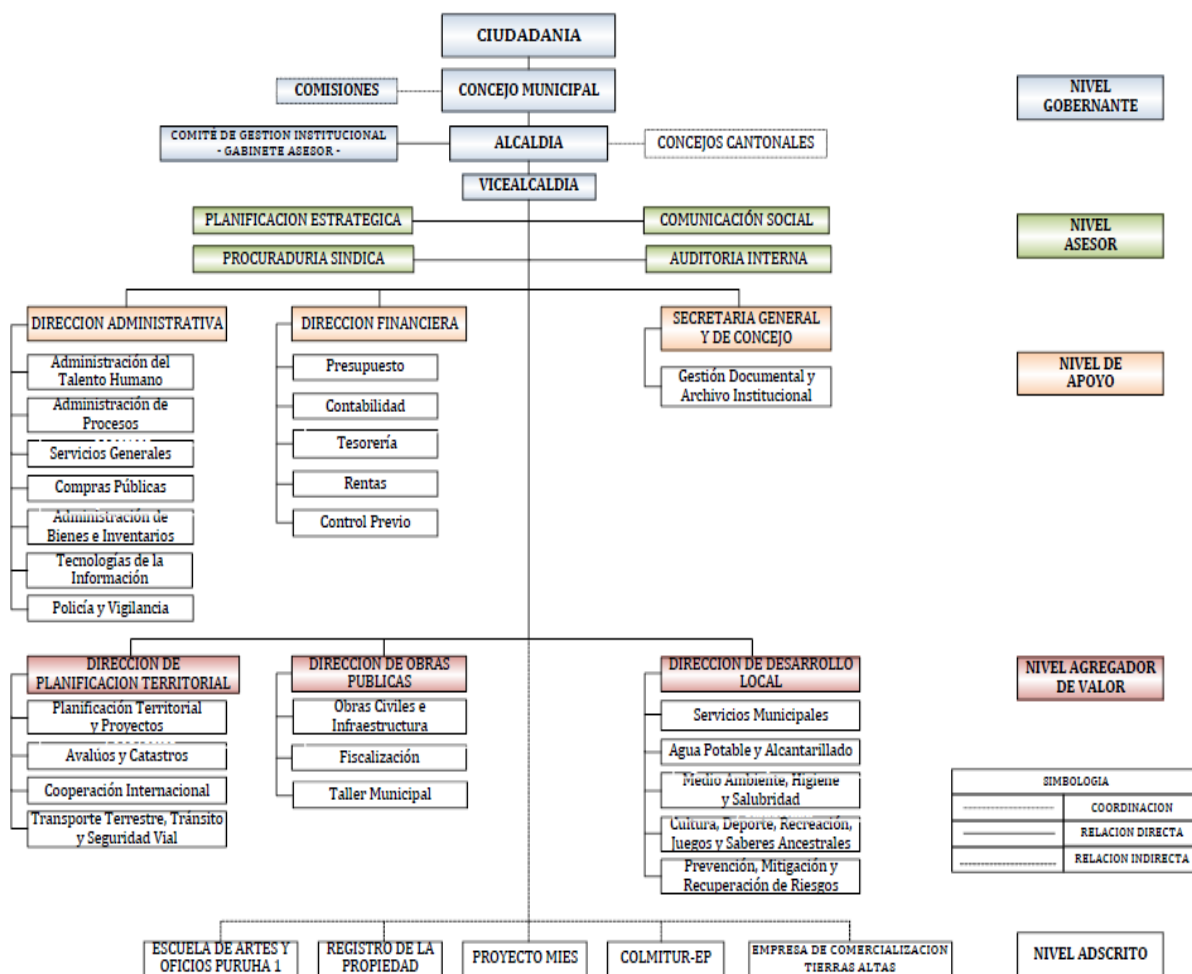
humano, siendo la base para el desarrollo humano sostenible y sustentable (sumak kausay).

Las decisiones importantes se toman en asamblea general, sometiéndolas a votación, gana la que tiene mayoría de votos; mitad más uno.

La Asamblea General es la máxima autoridad; en ella se elige al Cabildo que constituye la directiva. El trabajo comunitario se organiza jerárquicamente: Asamblea General, Cabildo y bases.

3.1.4.2 Organigrama político funcional del Gobierno Cantonal

Gráfico 4. Organigrama del Gobierno Cantonal



Fuente: GAD Municipal Colta
Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

3.1.4.3 Instituciones presentes en la zona

MIES, quienes han apoyado con el bono de desarrollo humano, programa alimentate Ecuador, los CDI (actualmente CBV), ha tenido su intervención desde el año 1990.

Ministerio de Salud con los centros de salud, la atención médica y las campañas de vacunación infantil vienen trabajando desde 1995.

MIDUVI con la construcción de viviendas desde el año 2008. Ministerio de Recursos Renovables que en las dos parroquias han entregado focos ahorradores y se está

iniciando un proyecto para la colocación de paneles solares. Ministerio de Educación con los uniformes, libros, útiles escolares, mochilas, desayuno escolar y becas desde el año 2004.

Los organismos del gobierno central presentes en el cantón tienen un poder de convocatoria por la motivación e interés ya sea de capacitación, obras o servicios; el nivel de credibilidad de estas se dice que en la mayoría de los casos ni siquiera conocen a los representantes y si los conocen han visitado las zonas escasas veces.

Los gobiernos locales empezando por el provincial ha aportado en capacitación, construcción y mantenimiento de vías, reforestación con plantas nativas, apoyo en salud y educación, construcción de infraestructura como los canales de riego.

El gobierno cantonal en la entrega de tubería para el agua, construcción y arreglo de infraestructura física, lastrado, empedrado y adoquín de vías, entrega de computadoras, revestimiento del canal, alcantarillado y los gobiernos parroquiales que hace poco tiempo iniciaron con el apoyo en obras que se encuentran dentro de sus competencias.

Está presente los GADs provincial, cantonal y parroquial que tienen una credibilidad alta por las obras realizadas con los presupuestos participativos con la política de obras iniciadas y obras terminadas.

Los organismos no gubernamentales presentes en el Cantón apoyan en las áreas de educación, salud, salubridad, producción, riego, ambiente e infraestructura.

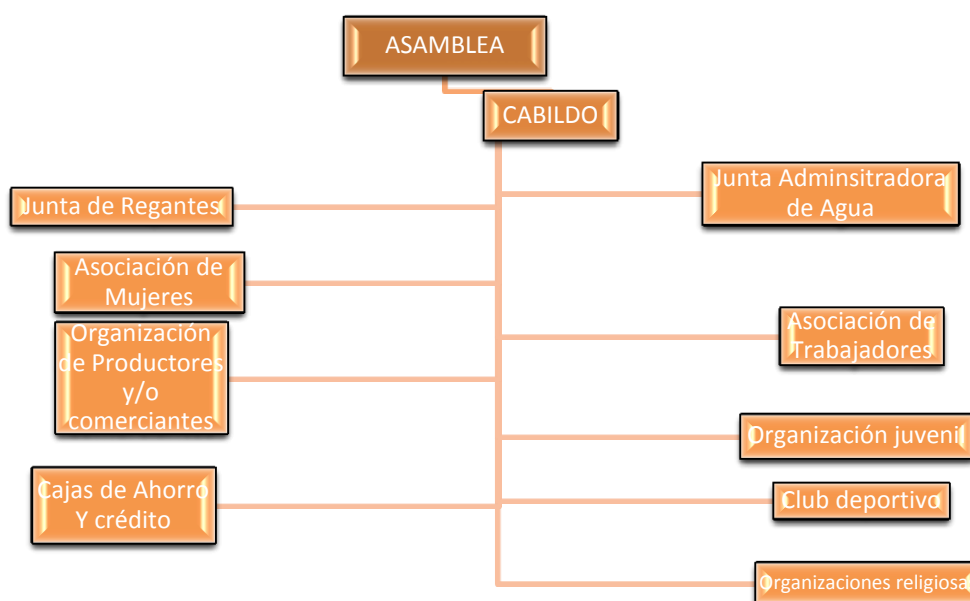
En cuanto a los organismos no gubernamentales en su mayoría su convocatoria está ligada a la motivación por interés, pero estas organizaciones tienen un alto nivel de credibilidad.

3.1.4.4 Organizaciones ambientalistas, indígenas, campesinas, vecinales, obreras, de colonizadores, cívicas y otras presentes en la zona

a) Organización Interna

Mediante el levantamiento de la información Primaria se ha determinado la estructura interna que tienen las comunidades que conforman esta población. Así se determinó que las organizaciones que se encuentran presentes se muestran en el siguiente organigrama.

Gráfico 5. Estructura interna de comunidades



Fuente: GAD Municipal Colta
Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

Cuadro 32. Organización Interna dentro de las comunidades

Parroquias	Comunidades	Juntas de regantes	Juntas administradoras de agua consumo	Asociaciones de mujeres	Organizaciones juveniles	Organizaciones para la producción v/o	Organizaciones de ahorro y crédito	Cooperativas de Transportes	Clubs deportivas	Organizaciones de Iglesias evangélicas	Asociaciones de trabajadores	Organizaciones religiosas catolicas	Número total de organizaciones internas
Cajabamba	19	6	17	5	0	1	3	2	14	10	1	10	88
Sicalpa	70	4	49	19	1	0	0	0	63	45	0	21	272

Fuente: Taller mesa tejido social – MAGAP, 2010.
Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

La mayoría de las organizaciones internas presentes son: religiosas ya que es notoria la cantidad de iglesias evangélicas y católicas, seguidas por las juntas administradoras de agua entubada. Le siguen los clubs deportivos, las asociaciones de mujeres y las organizaciones dedicadas a la producción y/o comercialización.

Las organizaciones internas tienen una credibilidad media alta, un fuerte poder de convocatoria por compromiso, las organizaciones comunitarias en cambio sí tienen un fuerte poder de convocatoria pero es por la fuerza, debido a que imponen sanciones económicas o a su vez cortar los servicios que ofrecen, la credibilidad es media.

3.1.4.5 Instituciones financieras

De estas los mayores porcentajes como el 49% corresponde a otras actividades comunitarias sociales y personales de tipo y el 38% lo integran organizaciones vinculadas con actividades de servicios sociales y de salud.

Cuadro 33. Listado de organizaciones financieras de Villa La Unión

INSTITUCIÓN	TIPO
Cooperativa de Ahorro y Crédito Chimborazo Ltda	Cooperativa de Ahorro y Crédito
Cooperativa de Ahorro y Crédito Colteñita Ayllucunapac Ltda	Cooperativa de Ahorro y Crédito
Cooperativa de Ahorro y Crédito Jaspe Ltda	Cooperativa de Ahorro y Crédito
Cooperativa de Transporte Mixto "Padre Juan de Velasco"	Cooperativa de Servicios - Transporte
Cooperativa de Transporte Mixto Dos de Agosto	Cooperativa de Servicios - Transporte
Asociación de Microempresarios El Mirador	Asociación de Producción

Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2014

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

3.1.5 ÁMBITO ECONÓMICO-PRODUCTIVO.

3.1.5.1 Población económicamente activa

Las familias pertenecientes a Villa La Unión están conformadas por muchos habitantes activos; sin embargo de que la relación padre e hijos tiende a ser muy vigorosa, por la importancia que tiene la fuerza de trabajo de los hijos en la subsistencia de la familia y la convivencia comunal y por ésta razón cuando los hijos empiezan alejarse de la casa,

al contraer matrimonio y migrar hasta otras zonas de residencia y trabajo, por ejemplo, existe la posibilidad de reemplazar la fuerza de trabajo por medio de la costumbre de recibir como nuevos hijos, menores en adopción (huiña chiscas) que pasan a ocupar el mismo sitio de su hijo propio.

La Población Económicamente Activa interviene directamente en la producción de bienes y servicios, desde este contexto en la ciudad Villa La Unión se realizó un análisis exhaustivo al grupo de personas que son capaces de trabajar, o sea las personas que trabajan y las personas desempleadas que buscan trabajo.

La Población Económicamente Activa según (INEC CPV-2010) está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o que no laboraron, pero tuvieron empleo (ocupados), o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo (desocupados).

La PEA del cantón Colta está constituida de 22005 personas que representa el 48,93% de la población total cantonal, el 29% de esa población pertenece a la parroquia Sicalpa y el 14% a Cajabamba

Cuadro 34. Población económicamente activa (PEA)

PARROQUIAS	PEA	%
Cajabamba	2976	13,52
Sicalpa	6324	28,74
TOTAL	22005	100,00

Fuente: Censo INEC-2010

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

3.1.5.2 Pea/ grupo de ocupación

Según el Censo de Población y Vivienda del 2010 referente a la PEA por Grupo de Ocupación 5556 personas se concentran en Agricultores y trabajos calificados, seguido de 1644 personas de Ocupaciones elementales y 673 de trabajadores de los servicios y vendedores

Cuadro 35. PEA por grupo de ocupación-Villa La Unión

GRUPO DE OCUPACIÓN	VILLA LA UNIÓN
Directores y gerentes	13
Profesionales científicos e intelectuales	396
Técnicos y profesionales del nivel medio	35
Personal de apoyo administrativo	144
Trabajadores de los servicios y vendedores	673
Agricultores y trabajadores calificados	5556
Oficiales, operarios y artesanos	275
Operadores de instalaciones y maquinaria	157
Ocupaciones elementales	1644
Ocupaciones militares	14
no declarado	315
Trabajador nuevo	99
Total	9321

Fuente: Censo INEC-2010

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

3.1.5.3 Agricultura

Generalmente Villa La Unión posee zonas topográficas diferenciadas; sin embargo se puede distinguir la primera semi plana agropecuaria y la segunda que corresponde a los páramos y está situada desde el comienzo de estos hasta la cordillera occidental, hacia el oeste, en donde terminan los terrenos de parcelas.

Los períodos de invierno, verano y heladas en el sector han tomado un giro en los últimos tiempos y espacios; sin embargo de que se puede apreciar entre los meses de Enero a Mayo el invierno y de Julio a Octubre, el verano. La época de heladas se fijan entre Noviembre y Diciembre, fechas en las que la agricultura de la zona tiende a perderse por efectos de la lancha negra (tizón) que se prolifera.

En ésta situación agrícola-campesina los habitantes campesino-indígenas de este sector, generalmente utilizan también las herramientas autóctonas tradicionales en el uso de sus labores productivas, más las máquinas modernas-rentables de uso común:

3.1.5.4 Comercio

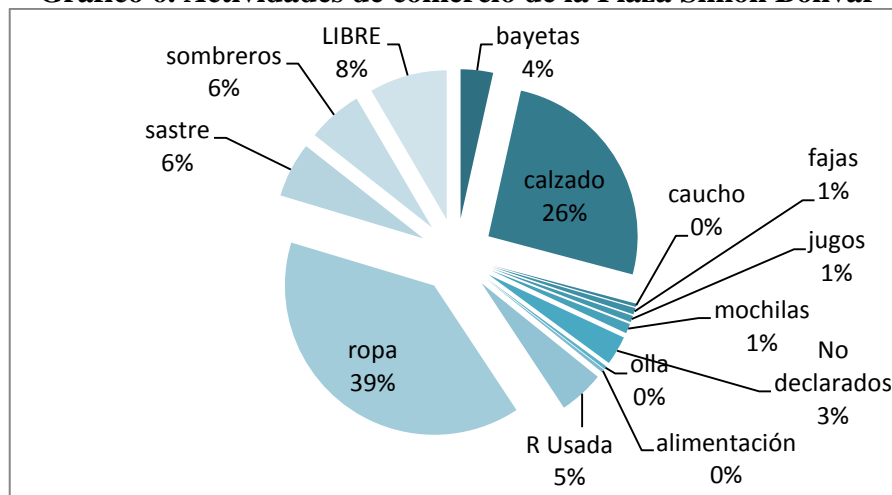
a) Mercado Central Municipal de Colta

El principal centro de comercialización de Villa La Unión es el Mercado Central, junto al Municipio, se realiza ferias los días domingos, lunes, miércoles y jueves, el mismo que está dividido por sectores: Sección de cárnicos, comidas típicas, frutas, granos, harinas, productos agrícolas y pecuaria. Aquí se integran en la compra y venta de productos tanto indígenas y mestizos.

El mercado Central es un espacio de atención al público, cuenta con una infraestructura remodelada destinada al intercambio de productos alimenticios y otras mercaderías en la que los productores y comerciantes exhiben directamente sus productos para la venta al consumidor. Cuenta con secciones de Bisutería, Relojes Afines, Legumbres, frutas, abastos, aliños, hierbas medicinales, panadería, carne de res, pollos, pescado, mercado de comida, papas

b) Plaza Simón Bolívar

Gráfico 6. Actividades de comercio de la Plaza Simón Bolívar



Fuente: Comisaría Municipal Colta, 2014
Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

La venta de ropa y calzado es la proporción mayoritaria en comparación a otros productos.

c) Feria Indígena Artesanal

Los productos que se expenden son los siguientes: anacos, bayetas, blusas típicas, chalinas, pantalones, bufandas, shigras, sombreros, joyas, ponchos, faldas; está dirigido a satisfacer la demanda de la población local especialmente la del sector rural, es importante recalcar que la artesanía, era considerada la ocupación de mayor importancia, lastimosamente la gente ha dejado de seguir con esta actividad convirtiéndose en agricultores, en el que se ofrece una gran gama de productos de primera necesidad, los días de feria son todos los lunes, miércoles, jueves y domingos, pero el día más concurrido es el domingo, donde la gente viene de diferentes comunidades, y de otros cantones.

Como se puede apreciar en la los días domingos antiguamente existía una congestión muy grande ya que las principales vías 2 de agosto y Riobamba Antiguo se cerraban para dar paso a la realización de esta feria, pero actualmente se ha ordenado las ferias en los diferentes puntos estratégicos y plazas.

Otra de las fuentes de comercialización es el centro de expendio de hierbas en la Plaza de Santo Cristo junto al plaza de toros del mismo nombre y animales, de igual manera el día de feria es únicamente el día domingo, existe una plaza de animales que se encuentra junto a los talleres municipales.

Cuadro 36. Actividades de comercio Plaza Orosco

Comerciantes de la plaza Orosco	
Actividad	# puestos
Alpargatas	1
Accesorios celulares	14
Ferretería	5
Gorras	1
Ropas intimas	1
Mochilas	1
Ropa	72
Soga	10
TOTAL	105

Fuente: Comisaría Municipal Colta, 2014

3.1.5.5 Microempresas

Son aquellas edificaciones que fortalecen el desarrollo económico – social de este sector, que poseen un gran valor histórico y tienen características tipológicas, morfológicas y técnicas constructivas únicas. Ejemplo de ello son las fábricas.

a) Molinera Moderna Alimentos S.A. (barrio San Sebastián)

Esta industria nace en el mes de Septiembre de 1906, con la compra de un terreno en el cantón Colta, ubicada a 18 minutos de Riobamba, la decisión de construir el molino en este sitio se debió a la abundante siembra y cosecha de trigo en la zona, el surgimiento del ferrocarril que unía la costa y la sierra del país así como el aprovechamiento de la geografía del sector, contaba con la mejor tecnología europea en molinería.

Durante varios años era el molino quien le vendía la electricidad al pueblo de Cajabamba.

Materialidad.- En principio, hace 100 años, los principales materiales con que se alzó esta industria fueron la piedra canchagua en cimientos y muros, de la misma manera en algunos recubrimientos de pisos.

También está presente el uso de la madera en tolvas para guardar la harina, en los antiguos entrepisos que en la actualidad se mantienen.

En la actualidad con los avances tecnológicos existe una ola de nuevos materiales como el hierro, acero, aluminio, vidrio, etc. que han sabido articularse con los materiales iniciales, logrando una armonía como una industria de bajo impacto para quienes viven alrededor.

Funcionalidad.- Desde hace más de 10 años ofrece azúcar, grasa, sal, ingredientes de pastelería y pre mezclas de tortas, esencias, levaduras y más. Cuenta con una amplia

línea de pastelería y reposterías; aunque su principal actividad desde sus inicios ha sido y sigue siendo la producción de harina de trigo.

Actualmente su capacidad productiva es de 50 TM diarias.

Como misión de Molinera busca el éxito comercial responsable sirviendo al mercado industrial, mayorista y de consumo con productos y servicios innovadores y de alta calidad e inocuidad.

3.1.5.6 Minería

La actividad minera se caracteriza por ser de tipo formal-informal cuyos propietarios son personas naturales y jurídicas, utilizan para la pavimentación y construcción de vías.

Cuadro 37. Esquema de la actividad minera de Villa La Unión

NOMBRE DE LA MINA	TITULAR	FASE
Gatazo II	Empresa Cemento Chimborazo C.A	Exploración
Gatazo III	Empresa Cemento Chimborazo C.A	Exploración
San Pedro	Núñez Aguirre Wilson Fernando	Minería artesanal
Chancahuan	Llinin Llinin Pedro	Minería artesanal
Pamelita	Valverde Barreno Carlos Serafin	Minería artesanal
Duchi	Sagñay Duchi Alonso	Minería artesanal

Fuente: Investigación de Campo, 2014

Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

Además existe otra pequeña cantera que se encuentra abandonada, de apenas 0,93 ha.

Cuadro 38. Esquema de la actividad minera de Villa La Unión

NOMBRE DE LA MINA	TITULAR	FASE
Gatazo II	Empresa Cemento Chimborazo C.A	Exploración
Gatazo III	Empresa Cemento Chimborazo C.A	Exploración
Pangor	Ministerio de Transporte y Obras Publicas	Libre aprovechamiento
San Pedro	Núñez Aguirre Wilson Fernando	Minería artesanal
Chancahuan	Llinin Llinin Pedro	Minería artesanal
Pamelita	Valverde Barreno Carlos Serafin	Minería artesanal
Gatazo Grande	Curicama Guamán Mariano	Libre aprovechamiento
La Alegría	GAD de la Provincia de Cotopaxi	Libre aprovechamiento
Duchi	Sagñay Duchi Alonso	Minería artesanal
Chaumala	GAD de La Provincia de Chimborazo	Libre aprovechamiento

Gatazo	Empresa Cemento Chimborazo C.A	Concesión minera
--------	--------------------------------	------------------

Fuente: Investigación de Campo, 2014
Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

3.1.5.6 Turismo

a) Servicios para el turista

El principal sitio turístico se encuentra cerca del Cantón, razón por la cual la cabecera es la que focaliza un mayor número de turistas.

Cuadro 39. Capacidad turística en hospedaje-Villa La Unión

Tipo de establecimiento	N° de habitaciones	N° de camas por habitación	N° total de camas	Promedio de persona por cama	Capacidad instalada
Hotel	8	2	16	2	32
Hostal	4	1	4	2	8
	3	2	6	2	8
	4	3	12	2	24
	Total de Capacidad instalada en alojamiento				

Fuente: Investigación de Campo, 2014
Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

Cuadro 40. Capacidad turística en alimentación-Villa La Unión

Establecimientos de Alimentación	Tipo de Establecimiento	N° de mesas	N° de sillas por mesa	Capacidad Instalada
	El Rey Dorado	22	6	132
	Ñuka Kuyani	6	5	30
	El Colonial	20	6	80
	Restaurante Ritts	8	4	32
	Restaurante Dayanita	7	3	21
	Rincón Manabita	12	4	48
	Delicias del Mar	7	4	28
	Chofercito Carretero	6	6	36
	Sumak Pakari	4	4	16
	Sin Nombre	4	4	16
	El Manolete	4	5	20
	Rey Pollo	4	5	20
	Restaurante Familiar	6	5	24
	Tía Gladys	4	4	16
	Bendición de Dios	4	10	40
	Paradero Amigo Mío	4	4	16
	Paradero Johanita	4	4	16
	Total Capacidad instalada en alimentación			

Fuente: Investigación de Campo, 2014
Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

Algunos Hoteles, hostales y restaurantes de la zona:

- Hotel “Sumak Pakari”
- Hostal “Colta”
- Restaurant asadero “El Rey Dorado”
- Restaurant asadero “El Rey Pollo”
- Restaurant asadero “Colonial”

b) Capacidad instalada para receptor turistas

De acuerdo a la investigación realizada, se puede decir que el principal lugar para hospedarse tiene una capacidad para receptor 72 personas, los restaurantes es de 586 personas.

El costo de hospedaje es de 7 a 10 dólares por persona dependiendo del tipo de habitación, el propietario señala que en las fiestas de carnaval es donde hay más acogía, ya que vienen turistas de diferentes lados del país con la finalidad de compartir momentos agradables con la familia, sobre todo el aprecio que tienen al patrimonio intangible e intangible.

Villa La Unión dispone de 17 servicios de alimentación entre restaurantes, comidas rápidas y paraderos, con una capacidad instalada de 591 personas, cada un promedio de 4 mesas y 6 sillas.

Los turistas para trasladarse a los diferentes lugares especialmente a la laguna utilizan buses, seguido de taxis y camionetas

c) Proyectos estratégicos Turísticos

Actualmente el Cantón cuenta con la intervención de la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador a través del proyecto ruta de tren, “Sendero de los Ancestros” brinda un mejor servicio a los turistas.

El turista disfrutará de hermosos paisajes interandinos durante su trayecto, a la llegada al destino visitará la iglesia de Balbanera, la más antigua del Ecuador, así como el sendero de la Sabiduría Andina o también puede realizar un paseo en lancha en la laguna de Colta.

d) Empresa Pública Municipal de Turismo Colta Lindo y Milenario Touring (COLMITUR-EP)

La Empresa “COLMITUR-EP” con la finalidad de promover y difundir el potencial turístico del cantón Colta, fue creada el 22 de diciembre del 2013. Y el GADMCC según resolución Administrativa Nro. 001-A-GADMCC-2014, suscribió el convenio de transferencia de competencias de turismo, con el objetivo de planificar, fomentar, incentivar y facilitar la organización, funcionamiento y competitividad de las actividades turísticas cantonales.

Tiene la Misión de promover y difundir el potencial turístico, las diferentes manifestaciones culturales y contribuir a la conservación del patrimonio cultural intangible, generar procesos para el desarrollo urbano-rural y fortalecer espacios de sano esparcimiento, convivencia, de relaciones sociales basadas en el respeto por la diversidad y el pluralismo, sin distinción de raza, religión, credo o cultural, mediante la realización de eventos culturales y recreativos y de esta manera posicionar al turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental, garantizando la necesaria y plena armonía entre las actividades y el respeto por la naturaleza

Su Visión es contribuir al desarrollo integral y sustentable de la actividad turística, integrando capital humano competitivo para promover la presentación de espectáculos masivos, para impacto de visitantes y habitantes de la ciudad, tanto culturales y de recreación, que responda a los requerimientos de conservación, preservación y uso adecuado de los recursos naturales, culturales e históricos del cantón Colta.

La empresa COLMITUR–EP a fin de fomentar el turismo en el cantón, en un horario de lunes a domingo de 8H00 a 16H30 ofrece los siguientes servicios:

- **Ciclismo**

Ofrecemos recorridos en donde se podrá apreciar la riqueza natural, cultural y patrimonial del cantón, para este servicio contamos con 94 bicicletas y todas las medidas de seguridad para garantizar la integridad de nuestros clientes.

- **Guianza**

Contamos con 2 guías turísticos capacitados para mostrar las riquezas de nuestro cantón

- **Paseos en el yate**

Cuenta con 2 yates turísticos con capacidad para 60 personas en donde se recorre las frías aguas de la Laguna y se observa la diversidad de especies de aves. Posee yates totalmente nuevos y con todas seguridades para dar un servicio de calidad.

- **Complejo Turístico Cunucpogyo (kunuk Pukyu)**

Son nuevas y amplias instalaciones en donde se ofrece los servicios de piscina para niños y una semiolimpica, sauna, turco e hidromasaje. Tiene amplias canchas de vóley, y un centro de convenciones para seminarios, conferencias y talleres.

- **Turismo Comunitario**

Culturas vivas, en movimiento, culturas de reciprocidad, solidaridad y respeto a los ecosistemas es lo que le proponemos en esta sección de turismo comunitario en el cantón Colta.

- **Gastronomía**

Se puede degustar de las papas con cuy, locro de cuy, hornado con tortilla de papa, yaguarlocro, papas con borrego, la colada de habas, sopas de granos, sopa de fideos con

carne, granos con carne, locros, máchica de mano, maíz tostado, habas tostadas o cocidas, papas coloradas con achiote, y de bebida la chicha de jora.

3.1.6.5 Atractivos turísticos de la zona

a) Iglesia de Balbanera

Es el principal atractivo de Colta, primera iglesia construida en suelo ecuatoriano, levantada por los españoles, su estilo de construcción es colonial, su fachada de piedra es el único testigo de su historia, se puede obtener una fantástica vista al nevado Chimborazo.

Histórica iglesia venera a la santísima virgen María Natividad de Balbanera, junto a la iglesia existe una plazoleta donde se puede observar una cruz, en la que se realizan procesiones durante las festividades religiosas y otros eventos del lugar exponiendo una vez más la religiosidad y fe del pueblo ecuatoriano.

b) Sicalpa o Ruinas de la Antigua Riobamba

Son un conjunto de ruinas históricas que formaron parte de la antigua ciudad de Riobamba, de esta se conservan restos de arquitectura civil y religiosa. Al parecer la distribución urbana de esta antigua ciudad era de 5 barrios y cada uno poseía iglesia y convento. En 1797 un sismo de gran intensidad destruyó casi por completo a la ciudad obligando a sus moradores a cambiar de lugar al sitio que actualmente ocupa en la llanura de Tapi. Luego de ello la zona destruida fue reconstruía adquiriendo los nombres de Cajabamba y Sicalpa.

El Banco Central del Ecuador, realizó en los años 80 excavaciones en Sicalpa, las muestras encontradas evidenciaron sitios de la Antigua Riobamba como: calles, templos, cerámicas, piedras talladas y acueductos.

c) Archibasílica de Nuestra Señora de Las Nieves de Sicalpa

La Archibasílica de Nuestra Señora de las Nieves se encuentra localizada en el barrio de Sicalpa Viejo según acuerdo ministerial N° 8202 con fecha del 22 de febrero del 1967; en 1602 inició la construcción de la Archibasílica de Nuestra Señora de las Nieves de Sicalpa, a cargo de los españoles. El objetivo principal que debía tener esta edificación, era una forma de cruz, en el interior se edificó además un altar mayor, unas cofradías y unas catacumbas que servían para colocar los restos de los clérigos considerados personajes importantes de la época, en el terremoto del 04 de febrero de 1797 todo se vino abajo, a excepción del altar mayor, donde se encontraba la Virgen de las Nieves y las catacumbas, lo que hizo que muchos de los sobrevivientes de ese entonces, crean que fue la “señora” , quien les hizo el milagro.

Esta iglesia fue una ermita construida para la evangelización y adoración de la virgen de las Nieves. Construida en el año de 1619. Este territorio siempre ha estado sujeto a movimientos telúricos es por ellos que en 1645 se destruye por primera vez, después de esto se construye una capilla en 1743 por iniciativa del Dr. Vallejo. En 1591 fue construida la escultura de la Virgen de las Nieves por Diego de Robles y el policromado por Juan de Rivera.

d) Catacumbas

Es la única construcción civil más antigua en la sierra centro del país, las catacumbas fueron descubiertas en 1950, el techo es abovedado aparentemente de piedra, tiene 22 nichos donde se depositaban los restos mortuorios de los sacerdotes que regentaban la basílica, no se sabe qué congregación los utilizaba y también el resto del Dr. Vallejo, a primera vista se puede observar el nicho más grande.

En el piso se halla un hueco llamado OSARIO o CARNERO que era utilizado cuando los huesos quedaban sin carne es decir se descarnaban y se depositaban en este lugar, también se lo utilizaba para ventilar las catacumbas para que no se concentre la humedad, ya que al encontrarse en el páramo existe mucha humedad, era una forma de conservar la infraestructura, el piso también originalmente era de ladrillo cuadrado pero

al pasar del tiempo fue sacado por cuestión de la humedad , se cree que eran nichos ceremoniales inca - puruhá, es uno de los lugares que no se destruyó con el terremoto de 1797 a pesar de encontrarse al lado de la falla de Pallatanga.

e) Iglesia de San Lorenzo de Sicalpa

Esta iglesia es la matriz de Villa la Unión se encuentra en el centro del pueblo. En este lugar existía un cementerio en 1575. Edificada totalmente con piedra labrada; con dos torres cilíndricas; 18 columnas en su interior, una nave central y dos secundarias por lo tanto es impresionante. En la torre derecha hay un imponente campanario pajizo, es de estilo barroco.

Se Levantó este templo en 1747, pero se destruyó totalmente en el terremoto de 1797; la nueva Iglesia de Sicalpa inicia su construcción en 1907, y fue reconstruida en el 2012.

El suceso del luterano (personaje al que le cortan la cabeza) tuvo lugar según la tradición en el altar mayor de esta iglesia y en su capilla mayor en una fecha aproximada en 1576.

f) Iglesia de San Sebastián de Cajabamba

Cada pueblo fundado por los españoles en tierras del Reino de Quito tiene un patrono, cuya misión sagrada es velar por el bienestar material de la comunidad y de las familias.

Se encuentra ubicada en uno de los barrios bajos de la plebe y chusma de la Antigua Riobamba, en el terremoto de 1797 quedó sumergida en ruinas y solo quedó de ella el testimonio histórico en viejos documentos, estos fueron los inicios de la actual Iglesia de Cajabamba, de estilo barroco. La imagen venerada es el patrón San Sebastián y cada 20 de enero es su fecha clásica de celebración.

g) Parque “Juan de Velasco”

Su diseño y trazado sintetizan preceptos filosóficos, religiosos y cosmológicos de las naciones y pueblos que han habitado. Sudamérica desde tiempos inmemoriales; dicho trazado se recrea las formas que los amawtakuna tenían de concebir y ordenar el mundo. Esta plaza encierra mucha tradición, pues se ha convertido en un gran tesoro por descubrir, ya que guarda la identidad de sus habitantes y de la provincia.

h) Santuario de Santo Cristo

Es el único cuerpo físico religioso que quedó de la antigua Riobamba después del terremoto de 1797, posee un estilo Neoclásico por la sobriedad de sus líneas puramente colonial, y tiene ciertas refacciones en el transcurso del tiempo, su patrono es el Señor del Buen Viaje. Se encuentran varias piedras que forman un muro de contención de la antigua Riobamba. Se encuentra ubicado en el barrio del mismo nombre. Su patrono es el Señor del Buen Viaje y es celebrado en el mes de junio.

i) Casa del Sabio Pedro Vicente Maldonado

En 1691 el general Antonio Palomino entregó como dote a su hija María Isidora para su matrimonio con Pedro Atanasio Maldonado a una cuadra de la plaza mayor.

La casa que perteneció al sabio científico y hombre destacable e ilustre riobambeño. Pertenecía a las casas y mansiones del barrio de la nobleza, estuvo situada en la casa Maldonado - Palomino, calle real de salida, segunda manzana, dirección este - oeste a partir de la plaza mayor de la ciudad, fue reconstruida en el año 1946 y actualmente funciona como la biblioteca municipal.

Conjunto arquitectónico de Villa La Unión, en homenaje a su hijo ilustre Sabio Pedro Vicente Maldonado Sotomayor. Nació el 24 de noviembre de 1704 en la Antigua Riobamba hoy el cantón Colta.

Fue el contacto con la Primera Misión Geodésica Francesa enviada por la Academia de Ciencias de París en 1736 que efectuaban la medición de un arco de Meridiano de la Región Ecuatorial para comprobar la redondez de la tierra.

j) Museo Histórico

Guarda gran parte de la historia de nuestra provincia. Los muros, la cimentación son de la antigua villa. Aquí se exhiben testimonios de lo que fue la Antigua Riobamba; expuestos mediante fotos, reliquias religiosas, objetos de valor, piedras y pilares de antiguas iglesias, pinturas al óleo, junto con escritos como el Acta de Fundación de la primera ciudad española.

k. Atractivos turísticos

Cuadro 41. Resumen de atractivos turísticos de Villa La Unión

NOMBRE/ ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
Laguna de Colta	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Laguna	II
Iglesia de Balbanera	Manifestación Cultural	Histórico	Arquitectura Religiosa	III
Iglesia de San Lorenzo de Sicalpa	Manifestación Cultural	Histórico	Arquitectura Religiosa	II
Iglesia de la Virgen de las Nieves	Manifestación Cultural	Histórico	Arquitectura Religiosa	II
Iglesia del Santo Cristo	Manifestación Cultural	Histórico	Arquitectura Religiosa	II
Ruinas de San Francisco	Manifestación Cultural	Histórico	Sitio Arqueológico	II
Museo Histórico	Manifestación Cultural	Histórico	Museo	II
Casa de Pedro Vicente Maldonado	Manifestación Cultural	Realización Técnica	Obra de ingeniería	II
Feria de Colta	Manifestación Cultural	Acontecimientos Programados	Subtipo: Feria	II
Artesanías	Manifestación Cultural	Etnografía	Subtipo: Artesanías	II
Fiestas populares	Manifestación Cultural	Acontecimientos Programados	Subtipo: Fiestas (Carnaval)	II
Vertientes de Cunucpogyo	Sitio Natural	Agua Subterránea	Aguas Termales	II
Cerro Cushca	Sitio Natural	Montaña	Cerro	II
Antigua Hacienda Colonial	Manifestación Cultural	Realizaciones Técnicas y Científicas	Arquitectura e Ingeniería	II
Parque José de Orozco	Manifestación Cultural	Realizaciones Técnicas y Científicas	Parque de Recreación	I

Plaza Cultural Juan de Velasco	Manifestación Cultural	Realizaciones Técnicas y Científicas	Parque de Recreación	II
Iglesia de San Sebastián de Cajabamba	Manifestación Cultural	Históricas	Arquitectura Religiosa	II
Ruinas del Barrio La Merced	Manifestación Cultural	Históricas	Sitios Arqueológicos	II
Plaza de Toros de Cajabamba	Manifestación Cultural	Históricas	Zona Histórica	II
Mirador	Sitio Natural	Montaña	Mirador	II
Baño del Inca	Manifestación Cultural	Históricas	Arquitectura Civil	II

Fuente: Investigación de campo, 2014
Elaborado por: Equipo Técnico-PDOT Colta

3.1.7 Matriz CPES (Causa, problema, efecto y solución)

Cuadro 42. Matriz CPES-Villa La Unión

CAUSA	PROBLEMAS	EFEECTO	SOLUCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> -Escaso conocimiento interno de los atractivos que se posee. -La gente desconoce las formas de potencializar los atractivos turísticos -Poca inversión en el sector -Las población local no está involucrada en turismo 	Inexistencia de productos turísticos consolidados	<ul style="list-style-type: none"> -Desconocimiento de los atractivos turísticos que posee el cantón -Desorganización de actividades turísticas -Poca afluencia de turistas -Ingresos económicos escasos por turismo para la localidad 	<ul style="list-style-type: none"> -Programa de difusión interna y externa de los atractivos turísticos que tiene el cantón. -Capacitación comunitaria en potencializar sus fuentes turísticas e impulsar el turismo comunitario. -Implementar paquetes y productos turísticos.
<ul style="list-style-type: none"> -Manejo inadecuado de desechos en el sector -Escases de campañas de concienciación y manejo ambiental 	Ausencia de concientización en la conservación del ambiente	<ul style="list-style-type: none"> -Pérdida de la biodiversidad. -Mal uso de recursos naturales por parte de los pobladores -Deterioro de los atractivos turísticos naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> -Capacitación en educación ambiental. -Programa de manejo de desechos sólidos -Implementar campañas de concienciación para los pobladores
<ul style="list-style-type: none"> -Falta de interés de pobladores por invertir en turismo -Escasos recursos económicos 	Escasa infraestructura y planta turística.	<ul style="list-style-type: none"> -Disminución de afluencia de turistas -Reducción de ingresos económicos para el sector 	<ul style="list-style-type: none"> -Instruir a pobladores locales en la creación de proyectos de negocios o desarrollo comunitario.
Recursos económicos insuficientes	Escases de señalética turística	Bajos niveles de visita de turistas al sector	Gestionar proyectos de desarrollo comunitario
<ul style="list-style-type: none"> -Escases de planes de emergencia ante accidentes -Poca o nula intervención por parte de autoridades 	Inseguridad turística	<ul style="list-style-type: none"> -Accidentes -Robos 	<ul style="list-style-type: none"> -Gestionar mayor intervención para seguridad de turistas ante autoridades pertinentes -Implementar planes de seguridad ante casos de emergencia

CAUSA	PROBLEMAS	EFEECTO	SOLUCIÓN
Falta de capacitaciones y/o talleres para los pobladores	Los pobladores locales tienen poco o nulo conocimiento en servicios turísticos	-Atención inadecuada para los turistas -Disconformidad por parte del visitante -Disminución de turistas a esta zona	Implementar programas de capacitación para interesados en mejorar sus conocimientos en cuanto a atención al cliente y servicios turísticos
-Desconocimiento de potencial turístico que posee la zona -Falta de recursos económicos -Desorganización de los habitantes del sector	Escasa difusión o promoción turística	-Los turistas no visiten este sector -Disminución de ingresos económicos	-Implementar campañas de difusión y promoción turística de la zona -Desarrollar un plan de marketing turístico para difundir la potencialidad turística del sector
-Adquisición de costumbres extranjeras -Desinterés de pobladores por mantener sus tradiciones, vestimenta, idioma, gastronomía.	Pérdida de identidad cultural	-Quebranto paulatino de la cultura de la zona -Migración	-Implementar plan de revitalización cultural.

Fuente: Talleres participativos, 2015
Elaborado por: Annabelly Chaquina-Mayra Esparza

3.2 ESTUDIO DE MERCADO A TURISTAS QUE VISITAN LA ZONA

El estudio de mercado constituye el punto de partida para la determinación y creación de nuevos productos o servicios que se ofertará en Villa La Unión. Aquí se identifican y analizan las condiciones más importantes que actualmente rigen la dinámica del mercado turístico a nivel nacional con el fin de encontrar la información que, combinada con la obtenida en estudios posteriores permita formar una base sólida y fidedigna de información para la creación de nuevas alternativas de productos/servicios.

Al desarrollar el estudio de mercado se intenta visualizar el panorama actual del comportamiento y preferencias de los turistas que visitan la ciudad de Villa La Unión. En otras palabras, se pretende saber quiénes y cuántos se interesarán en nuevos productos, cuánto dinero estarán dispuestos a pagar por ellos y los canales de comercialización por los que se los debería ofertar, quienes ofrecen productos similares, que características tienen tales servicios y que interés generan en el público.

Actualmente vivimos en un mundo globalizado donde abunda la demanda de productos y servicios, día a día encontramos mayor cantidad de ofertas que obligan a las empresas e instituciones a ser mayormente competitivas para estar a la altura y aun sobrepasar a la competencia.

Una de las debilidades que presenta esta zona en cuanto a turismo es la falta de información actualizada y verás sobre el comportamiento del mercado que permita generar nuevos productos, paquetes, rutas o proyectos enfocados a las necesidades y preferencias de la demanda actual, es por esta razón que es de vital importancia realizar un estudio de mercado en el cual se pueda establecer el perfil de los turistas que visitan Villa La Unión y a partir de esta información crear nuevas alternativas acorde a las expectativas y preferencias del mercado.

3.2.1 Análisis de encuestas

Pregunta N°01. Género

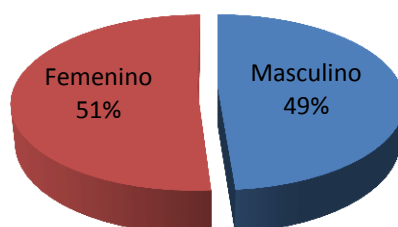
Cuadro 43. Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	59	49%
Femenino	61	51%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

Gráfico 7. Género



Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

El 51% de los turistas encuestados pertenecen al género femenino y el 49% restante corresponde al género masculino.

Pregunta N°02. Edad

Cuadro 44. Edad

Rango de edades	Frecuencia	Porcentaje
de 15 a 25 años	20	17%
de 26 a 35 años	40	33%
de 36 a 45 años	31	26%
de 46 a 55 años	20	17%
más de 55 años	9	7%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

Los turistas que visitan Villa La Unión en su mayoría tienen entre 26 a 35 años de edad esto representa el 33% del total, el 26% tiene entre 36 a 45 años, el 17% entre 15 a 25, el 17% de 46 a 55 años y el 7% restante tiene más de 55 años es decir son personas de la tercera edad.

Pregunta N°03. Procedencia

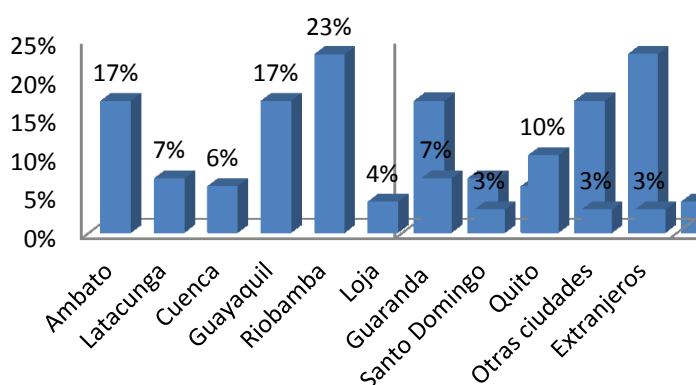
Cuadro 45. Procedencia

Ciudad	Frecuencia	Porcentaje
Ambato	20	17%
Latacunga	8	7%
Cuenca	7	6%
Guayaquil	20	17%
Riobamba	28	23%
Loja	5	4%
Guaranda	8	7%
Santo Domingo	4	3%
Quito	12	10%
Otras ciudades	4	3%
Extranjeros	4	3%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

Gráfico 8. Procedencia



Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

La mayor parte de los turistas es decir el 23% provienen de la ciudad de Riobamba, el 17% de Guayaquil, el otro 17% de la ciudad de Ambato y el 10% de Quito.

Pregunta N°04. Preferencia de atractivos

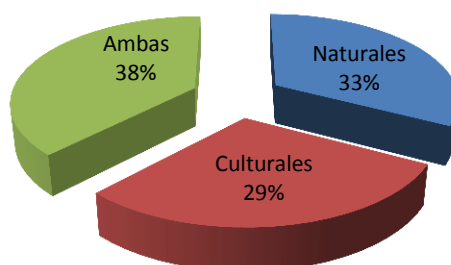
Cuadro 46. Preferencia de atractivos

Tipo de atractivos	Frecuencia	Porcentaje
Naturales	40	33%
Culturales	35	29%
Ambas	45	38%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

Gráfico 9. Preferencia de atractivos



Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

En cuanto a la preferencia de atractivos turísticos el 38% de los turistas prefieren visitar atractivos tanto naturales como culturales, mientras que el 33% opta solo por los naturales y el 29% restante por los culturales.

Pregunta N°05. Conoce la ciudad de Villa La Unión?

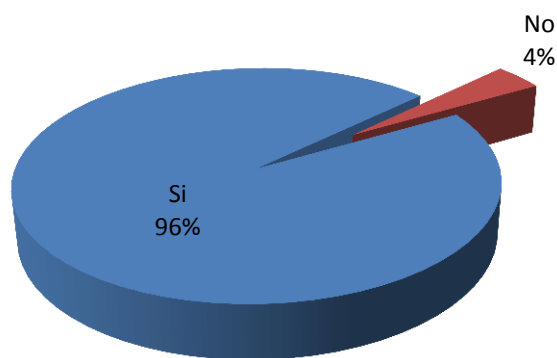
Cuadro 47. Conoce el Villa La Unión?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	115	96%
No	5	4%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

Gráfico 10. Conoce el Villa La Unión?



Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016
Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

El 96% de los turista menciona que si conoce la ciudad Villa La Unión mientras que el 4% indica no conocerlo.

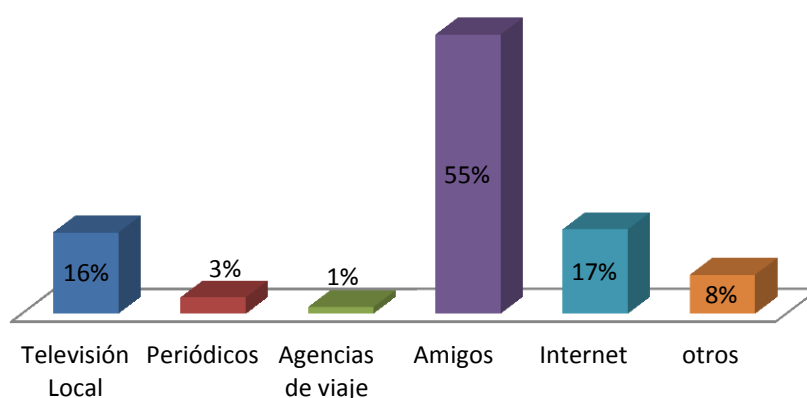
Pregunta N°06. Medio de comunicación por el que se enteró de la ciudad Villa La Unión

Cuadro 48. Medio de comunicación por el que se enteró la ciudad

Medio	Frecuencia	Porcentaje
Televisión Local	19	16%
Periódicos	4	3%
Agencias de viaje	1	1%
Amigos	66	55%
Internet	20	17%
Otros	10	8%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016
Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

Gráfico 11. Medio de comunicación por el que se enteró la ciudad



Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

El 55% de los turistas que visitan Villa La Unión lo hacen por comentarios de sus amigos, el 17% de los turistas se enteran de los atractivos y servicios de esta localidad por medio del internet, el 16% por publicidad en la televisión local, el 3% por medio de publicaciones en los periódicos y un poco porcentaje (1%) lo hace por medio de paquetes turísticos de agencias de viaje.

Pregunta N°07. Motivo de su visita a Villa La Unión

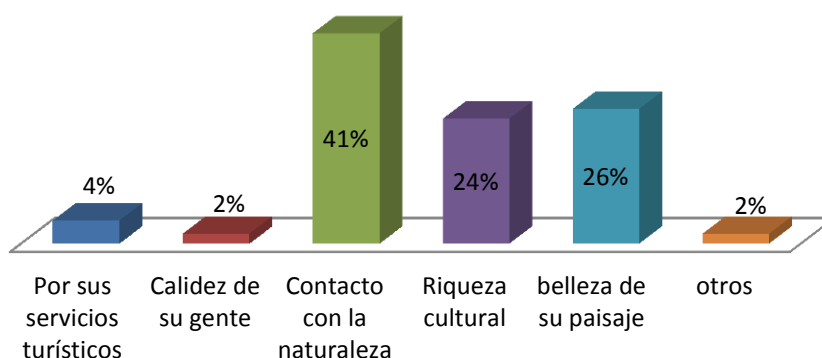
Cuadro 49. Motivo de visita a Villa La Unión

Motivo de visita	Frecuencia	Porcentaje
Por los servicios turísticos que posee	5	4%
Calidez de su gente	3	2%
Contacto con la naturaleza	49	41%
Riqueza cultural	29	24%
Belleza de su paisaje	31	26%
Otros	3	2%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

Gráfico 12. Motivo de visita a Villa La Unión



Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

En relación a los motivos de visitar Villa La Unión el 41% de los turistas lo hace por tener contacto con la naturaleza, el 26% lo hace por apreciar la belleza del paisaje, el 24% por compartir con la población su cultura y costumbres, el 4% lo hace por disfrutar de los servicios turísticos que se oferta en el cantón y solo el 2% lo hace por la calidez de la población.

Pregunta N°08. Atractivos que conoce de Villa La Unión

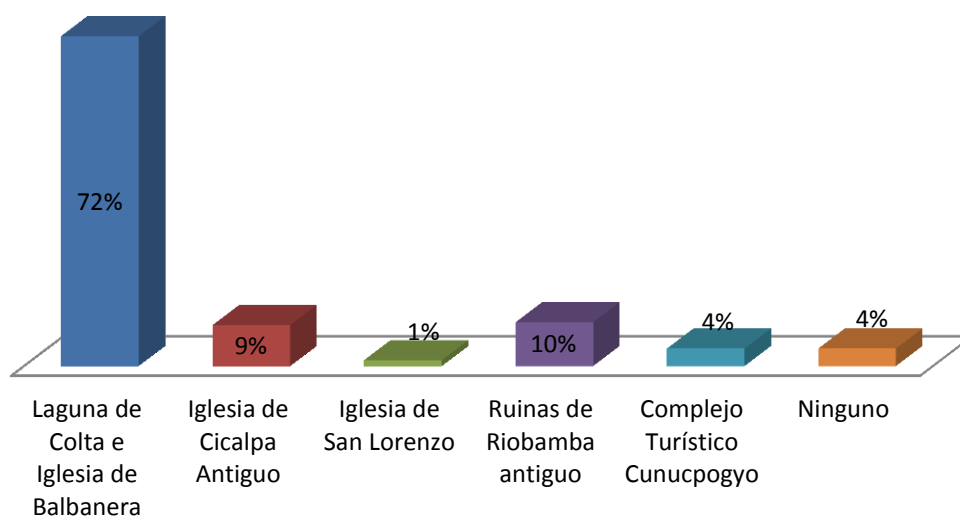
Cuadro 50. Atractivos que conoce de Villa La Unión

Atractivos	Frecuencia	Porcentaje
Laguna de Colta e Iglesia de Balbanera	86	72%
Iglesia de Sicalpa Antiguo	11	9%
Iglesia de San Lorenzo	1	1%
Ruinas de Riobamba antiguo	12	10%
Complejo Turístico Cunucpogyo	5	4%
Ninguno	5	4%
Otros	0	0%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

Gráfico 13. Atractivos que conoce de Villa La Unión



Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

De los turistas que visitan la ciudad Villa La Unión el 72% conoce y ha visitado la laguna de Colta e iglesia de Balbanera, el 10% las ruinas de Riobamba antiguo, el 9% la iglesia de Sicalpa Viejo, el 4% conoce el complejo turístico Cunucpogyo y solo el 1% conoce la iglesia de San Lorenzo.

Pregunta N°9. Con quien realiza viajes de turismo?

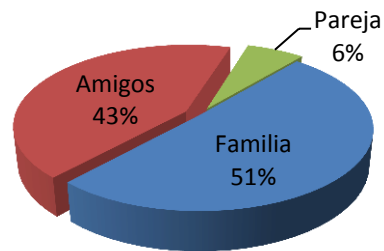
Cuadro 51. Con quién realiza viajes de turismo?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Familia	61	51%
Amigos	52	43%
Pareja	7	6%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

Gráfico 14. Con quién realiza viajes de turismo?



Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

Al momento de realizar viajes el 51% de los turistas los realiza en compañía de su familia, el 43% lo hace con sus amigos y solo el 6% lo realiza en pareja.

Pregunta N°10. Con cuántas personas realiza su viaje de turismo?

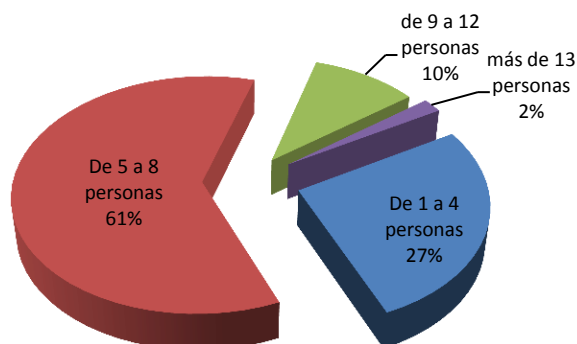
Cuadro 52. Número de personas con las que realiza su viaje

N° de personas	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 4 personas	32	27%
De 5 a 8 personas	73	61%
De 9 a 12 personas	12	10%
Más de 13 personas	3	2%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

Gráfico 15. Número de personas con las que realiza su viaje



Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

El 61% de turistas cuando realizan viajes de turismo lo hacen en grupos comprendidos entre 5 a 8 personas, el 27% lo hacen entre 1 a 4 personas, el 10% en grupos de 9 a 12 personas y solo el 2% de los turistas realizan sus viajes de turismo solos.

Pregunta N°11. Que servicios se debería mejorar en Villa La Unión?

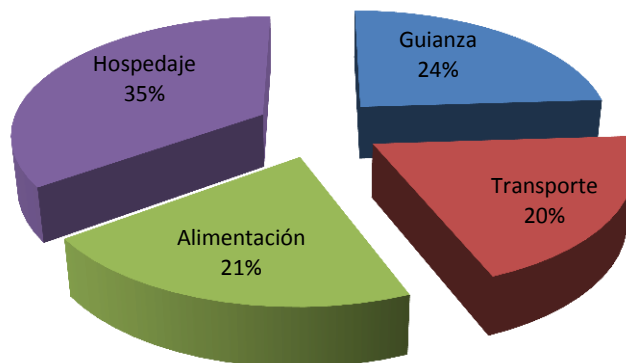
Cuadro 53. Servicios por mejorar en Villa La Unión

Servicios	Frecuencia	Porcentaje
Guianza	29	24
Transporte	24	20
Alimentación	25	21
Hospedaje	42	35
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

Gráfico 16. Servicios por mejorar en Villa La Unión



Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

En cuanto a los servicios que oferta Villa La Unión, el 35% de encuestados opinan que se debería mejorar el hospedaje, el 24% la guianza, el 21% el servicio de alimentación y el 20% restante piensa que se debería optimizar el servicio de transporte.

Pregunta N°12 ¿En qué ámbitos cree que se debería aplicar estrategias para optimizar el turismo?

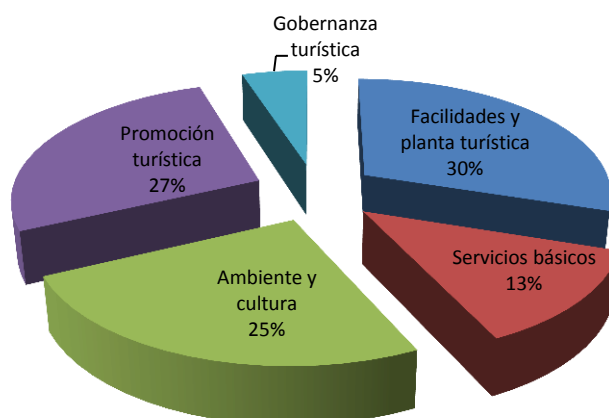
Cuadro 54. Ámbitos para aplicar estrategias

Ámbito	Frecuencia	Porcentaje
Facilidades y planta turística	36	30%
Servicios básicos	16	13%
Ambiente y cultura	30	25%
Promoción turística	32	27%
Gobernanza turística	6	5%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

Gráfico 17. Ámbitos por mejorar



Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

El 30% de personas encuestadas opina que se debería aplicar estrategias para mejorar el turismo en el ámbito de facilidades y planta turística, el 27% en promoción turística, el 25% en ambiente y cultura, el 13% en servicios básicos y el 5% restante en el ámbito de gobernanza turística.

Pregunta N°13. Disponibilidad de gasto por día por persona

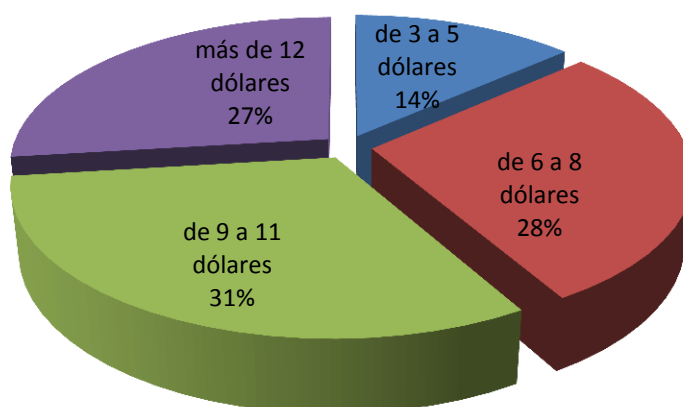
Cuadro 55. Disponibilidad de gasto

Disponibilidad	Frecuencia	Porcentaje
De 3 a 5 dólares	16	13%
De 6 a 8 dólares	34	28%
De 9 a 11 dólares	37	31%
Más de 12 dólares	33	27%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

Gráfico 18. Disponibilidad de gasto



Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

La disponibilidad de gasto por día por persona del 31% de los turistas que visitan la ciudad Villa La Unión es de 9 a 11 dólares, del 28% de 6 a 8 dólares, el 27% de turistas está dispuesto a gastar más de 12 dólares mientras que solo el 14% pretende gastar de 3 a 5 dólares.

Pregunta N°14. Medios de comunicación para promocionar Villa La Unión

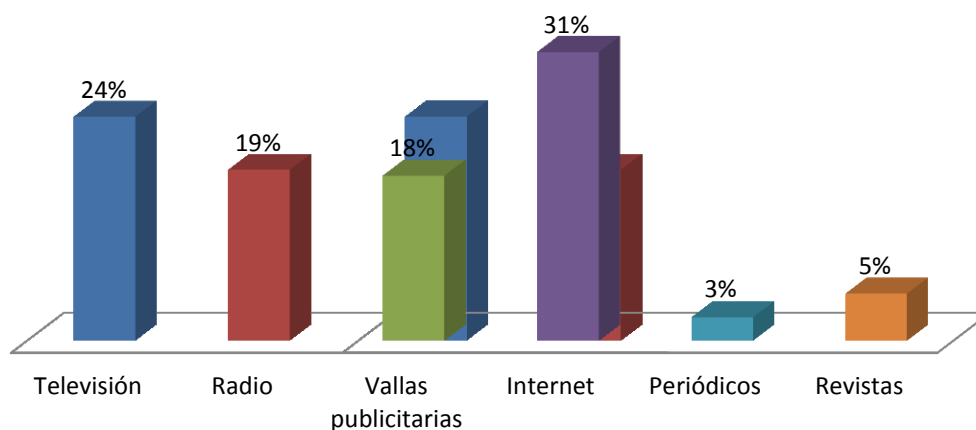
Cuadro 56. Medios de comunicación para promocionar la ciudad

Medios de comunicación	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	29	24%
Radio	23	19%
Vallas publicitarias	21	18%
Internet	37	31%
Periódicos	4	3%
Revistas	6	5%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

Gráfico 19. Medios de comunicación para promocionar la ciudad



Fuente: Encuestas aplicadas, febrero 2016

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

Para promocionar los servicios y atractivos de Villa La Unión el 31% de los turistas manifiestan que se debe hacer por medio del internet, como las redes sociales, páginas web etc, el 24% por medio de canales de televisión, el 19% por medio de cuñas radiales, el 18% mediante vallas publicitarias, al 5% de los turistas le gustaría que Villa La Unión se promocioe mediante la publicación en Revistas y solo el 3% por medio de periódicos.

3.2.2 Cálculo y proyección de la demanda actual

El procedimiento utilizado para realizar la proyección de la demanda turística de la ciudad Villa La Unión fue el Método de Incremento Compuesto cuya fórmula es:

$C_n = C_o (1 + i)^n$. Donde:

C_n = proyección

C_o = número de turistas

i = incremento anual de turismo

n = número de años a proyectar

Teniendo en cuenta que el índice de crecimiento turístico según los datos obtenidos de la asociación de operadores de turismo receptivo del Ecuador es del 13%.

Cuadro 57. Proyección de la demanda actual

PROYECCION DEMANDA		
N°	Año	Proyección
0	2014	84250
1	2015	95203
2	2016	107579
3	2017	121564
4	2018	137367
5	2019	155225

Fuente: Estadísticas turísticas COLMITUR-EP

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

3.2.3 Cálculo y proyección de la demanda potencial

De la demanda actual señalada en el cuadro anterior se tomó el 96% para calcular la demanda potencial debido a que este porcentaje representa la aceptación de los turistas en visitar la ciudad Villa La Unión (según los datos obtenidos en las encuestas aplicadas), tomando estos datos como referencia se realizó la proyección para los próximos 5 años.

Cuadro 58. Proyección de la demanda potencial

PROYECCION DEMANDA POTENCIAL			
Nº	Año	Demanda Actual	Demanda Potencial (96%)
0	2014	84250	80880
1	2015	95203	91394
2	2016	107579	103276
3	2017	121564	116702
4	2018	137367	131873
5	2019	155225	149016

Fuente: Estadísticas turísticas COLMITUR-EP

Elaborado por: Annabelly Chaquina-Mayra Esparza

IV. DISCUSIÓN

Villa La Unión es un pequeño territorio lleno de diversidad cultural y natural que requiere ser direccionado para fortalecer la actividad turística y provocar la dinamización de todos los actores que intervienen en dicha actividad. Por medio del presente estudio se ha determinado la situación actual de esta zona en todo lo referente a los elementos que intervienen para desarrollar el turismo, principalmente los que tienen que ver con los ámbitos físico-espacial, ecológico-territorial, sociocultural, político-administrativo y económico productivo o también denominado por Patricia Tierra (2008), como diagnóstico estrella por poseer con 5 ámbitos necesarios para realizar estudios de ordenamiento y planificación de un territorio.

Mediante el análisis de mercado pretende ahondar profundamente sobre las necesidades, gustos y preferencias de los turistas a la hora de realizar sus viajes, con dicho estudio se pudo obtener un perfil que consecuentemente permitirá la determinación y creación de nuevos productos o servicios que se ofertará en Villa La Unión. Aquí se identifican y analizan las condiciones más importantes que actualmente rigen la dinámica del mercado turístico a nivel nacional con el fin de incluir dichas premisas encontradas en la ejecución de estrategias que fortalezcan la actividad turística en esta zona, dicho esto se determina que:

-Los turistas que visitan la ciudad Villa La Unión en su mayoría son de género femenino (51%), oscilan en edades entre 26 a 35 años (33%) y la mayoría proviene de la ciudad de Riobamba (23%) y de Guayaquil (17%) e indican que el tienen preferencia por los atractivos de categoría naturales y culturales (38%),

-La mayoría de turistas que visitan y conocen esta localidad (96%), se han enterado de sus servicios y atractivos por medio de sus amistades (55%), el motivo por el que han visitado la ciudad es para tener contacto con la naturaleza (41%), además informan que los atractivos más representativos y los más conocidos son la Laguna de Colta y la Iglesia de Balbanera (72%).

-Durante sus viajes de turismo los visitantes lo realizan en compañía de su familia (51%) en grupos integrados de 5 a 8 personas (61%); manifiestan que los servicios que deberían mejorar en Villa La Unión para que esta localidad se impulse más en el aspecto turístico son los servicios de hospedaje (35%) conjuntamente con la mejora del servicio de guianza (24%). Además opinan que para optimizar el turismo en esta zona se deberían aplicar estrategias en los ámbitos de facilidades y planta turística (30%), promoción turística (27%), ambiente y cultura (25%).

-Estarían dispuestos en gastar por día por persona la cantidad de 9 a 11 dólares (31%), mencionaron que los medios de comunicación más idóneos para promocionar y posicionar a la ciudad Villa La Unión como destino turístico es el internet (31%) y televisión (24%).

Una vez que se ha determinado la situación actual en el aspecto turístico de la ciudad Villa La Unión y que se conocen las variables encontradas por medio del estudio de mercado se pueden desarrollar las estrategias más idóneas que permitirán el fortalecimiento turístico en la localidad de Villa La Unión, dichas estrategias serán diseñadas en base a lo aprendido en el presente estudio y tendrán como eje fundamental el aprovechamiento de los recursos que posee esta localidad y el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- Villa La Unión cuenta con las condiciones favorables y atractivos turísticos naturales y culturales potenciales para fortalecer la actividad turística.
- Los turistas nacionales encuestados en la investigación de mercado poseen una gran aceptación en lo referente a productos relacionados con la actividad turística en la ciudad de Villa La Unión.
- Las estrategias de fortalecimiento turístico responden a las necesidades más apremiantes del sistema turístico del cantón, las cuales establecen un sinnúmero de acciones que orientan la inversión pública y privada en el sector turístico.

5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda aprovechar los atractivos de Villa La Unión dotándolos con recursos que permitan la satisfacción del visitante, dichos recursos se resumen en facilidades, planta turística y atención de calidad.
- Se recomienda tomar en cuenta los gustos y necesidades de los turistas nacionales estipulados en el estudio de mercado; esto permitirá mejorar los servicios y por ende incrementar la afluencia de turistas que llegan a esta ciudad.
- Se recomienda realizar un seguimiento y evaluación a cada uno de los proyectos, de tal forma que si se requiere realizar cambios en alguna parte del proceso, estos se realicen oportunamente.

VI. PROPUESTA

6.1 TITULO DE LA PROPUESTA

Diseño de estrategias para fortalecer la actividad turística en la ciudad Villa La Unión del cantón Colta

6.2 INTRODUCCIÓN

El Ecuador es sin duda un país ideal para visitar, pues gracias a sus grandes contrastes en su pequeño territorio conjuga regiones que constituyen el hogar de pluralidad y mega diversidad; la cabecera cantonal de Colta, conocida también como “Villa La Unión” es poseedora de gran variedad de atractivos naturales y culturales importantes que motivan a sus habitantes a buscar formas o estrategias para obtener ingresos económicos a partir de la actividad turística, apreciada como una alternativa de desarrollo.

Lamentablemente, el no aprovechamiento de los recursos turísticos que rodean a esta localidad, la falta de valoración e importancia de su pueblo, forma de vida y relación con la naturaleza, el no contar con inventarios bien estructurados de atractivos naturales y culturales, el no poseer una debida planificación de actividades; ha perjudicado notablemente el desarrollo turístico de esta zona.

Por eso se hace evidente la necesidad de contar con un estudio detallado, que permitirá identificar las estrategias idóneas para potencializar las actividades turísticas, de tal forma que la población local pueda generar ingresos económicos, mediante una mayor participación y brindando un servicio de calidad a los turistas, que la persona que visite Villa La Unión cuente con información verídica, seguridad integral, guianza especializada, infraestructura adecuada, y muchos otros parámetros que permitirán obtener la satisfacción del visitante, y que mejoraran la calidad de vida de la población local.

6.3 OBJETIVOS

6.3.1 Objetivo general

- Diseñar estrategias para fortalecer la actividad turística en la ciudad Villa La Unión del cantón Colta a través de la formulación de programas y proyectos para el aprovechamiento consciente de los recursos y servicios existentes en la zona.

6.3.2 Objetivos específicos

- Identificar las fortalezas y debilidades existentes en la localidad, mediante un análisis minucioso de los aspectos más relevantes relacionados al turismo, con la finalidad de establecer soluciones prácticas a la problemática existente.
- Determinar el perfil del turista para conocer sus gustos y preferencias, de tal forma que se pueda establecer estrategias que permitan ofertar productos y servicios de calidad.
- Formular programas y proyectos que permitan fortalecer el turismo en la localidad, mediante la implementación de estrategias idóneas que ayuden a desarrollar de mejor manera la actividad turística en Villa La Unión.

6.4 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO-TÉCNICA

La presente investigación tiene como propósito principal el fortalecimiento de la actividad turística en la ciudad de Villa La Unión, se pretende estructurar el mecanismo que garantice esta actividad y al mismo tiempo identificar las diferentes características, puntos fuertes y débiles que posee esta localidad. Establecer de esta manera criterios operativos que permitan a la población un desarrollo adecuado e integral, mediante la creación de proyectos de turismo sostenible y sustentable. Además, para elevar el nivel de efectividad se procedió a realizar un adecuado levantamiento de información a través de los diferentes métodos de investigación existentes, principalmente por medio de la observación, la encuesta y la entrevista, a las diferentes personas y empresas dedicadas hasta el momento a realizar turismo en esta zona.

Los proyectos turísticos son indispensables para lograr que mediante el aprovechamiento y uso racional de los recursos se integren diversos sectores de la población en un programa mancomunado diseñado bajo un esquema productivo y paralelo a las diversas actividades de los habitantes y las autoridades locales. Los beneficios se manifiestan económicamente al incrementar el ingreso económico de los participantes, ecológicamente al obtener los conocimientos necesarios que permitirán desarrollar actividades que no impactarán negativamente el medio ambiente, sino por el contrario, permitirán sus sustentabilidad; y en lo social, al integrar varios sectores de la población incrementando la participación comunitaria y el arraigo cultural.

6.5 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Villa La Unión posee un sinnúmero de recursos para convertirse en un destino turístico importante dentro del territorio nacional, lamentablemente esta localidad no se ha desarrollado turísticamente debido a la falta de un plan estratégico diseñado con todos los requerimientos y procesos técnicos necesarios.

Luego de un minucioso análisis de la situación actual de ésta población y tomando como base fundamental los parámetros establecidos en el PLANDETUR 2020, Plan de

Marketing Turístico del Ecuador y Plan Nacional del Buen Vivir se proponen una serie de programas y proyectos que ayudarán a promover el turismo sostenible en esta zona.

6.5.1 Identificación de fortalezas y debilidades

Cuadro 59. Matriz FODA-Villa La Unión

MEDIO INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
• Existencia de atractivos naturales importantes	• Pérdida de identidad cultural
• Variedad de atractivos culturales ancestrales	• Desorganización de las actividades turísticas
• Apoyo del GADM, para intervenir en aspectos turístico	• Los pobladores no saben cómo potencializar sus atractivos turísticos
• Turistas satisfechos con su visita a Villa La Unión	• Mala atención hacia los visitantes
• Motivación de los habitantes por desarrollar el turismo	• Los atractivos turísticos se encuentran descuidados
• Práctica de actividades que forman parte de la ruta Sendero de los Ancestros del tren, con una subestación en la zona de Balbanera	• Los pobladores locales no poseen conocimientos en servicios turísticos
	• No existen campañas de concienciación y manejo ambiental de los recursos naturales y culturales de esta localidad
	• Escasa promoción o difusión turística
MEDIO EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
• Cercanía al centro del país y cabecera provincial: Riobamba	• Crecimiento de la frontera agrícola
• Presencia de atractivos turísticos complementarios cerca de la zona	• Inestabilidad económica
• Vías de acceso de primer orden, en buen estado	• Migración
• Condiciones climáticas buenas	• Cambio climático
• Creciente demanda turística para actividades relacionadas al turismo	
• Práctica de gastronomía típica exquisita	
• Forma parte del recorrido del tren, con una subestación en la zona de Balbanera	

Fuente: Talleres participativos, 2015

Elaborado por: Annabelly Chaquina-Mayra Esparza

6.5.2 Perfil del turista que visita Villa La Unión

Luego de realizada la investigación de mercado de visitantes nacionales que viajan a la ciudad de Villa La Unión, se pudo determinar el perfil del turista, el cual indica que:

Existe afluencia equitativa de turistas de género masculino y femenino hacia esta zona, gran parte de estos visitantes poseen edades que se encuentran en un rango de entre 26 a 35 años, provienen mayormente de las ciudades de Riobamba y Guayaquil e indican que se inclinan o tienen preferencia por atractivos naturales y culturales. En consecuencia se puede concluir que el turista de Villa La Unión es gente adulta que vienen tanto de la sierra como de la costa ecuatoriana y que disfrutan de la naturaleza y patrimonio cultural de esta ciudad.

La mayoría de turistas que visitan y conocen esta localidad comentaron que se enteraron de los servicios y atractivos de Villa La Unión por medio de sus amigos, el principal motivo por el que decidieron viajar a esta localidad es para tener contacto con la naturaleza y las costumbres de sus pobladores, además informan que los atractivos más representativos y los más conocidos por ellos son la Laguna de Colta y la Iglesia de Balbanera.

Cuando viajan por turismo lo realizan frecuentemente acompañados de sus familiares, en grupos integrados entre 5 a 8 personas; manifestaron que los servicios que deberían mejorar en Villa La Unión para que esta localidad impulse de mejor manera el aspecto turístico, son los servicios de hospedaje conjuntamente con la mejora del servicio de guianza. Además consideran que para dinamizar y optimizar el turismo en esta zona se deberían aplicar estrategias en los ámbitos de facilidades/planta turística, ambiente/cultura y promoción turística.

Las personas que visitan la ciudad de Villa La Unión estarían dispuestas a gastar por día y por persona la cantidad de 9 a 11 dólares, mencionaron en su criterio personal que los medios de comunicación más idóneos para promocionar y posicionar a la ciudad Villa La Unión como destino turístico son el internet y la televisión.

6.5.3 Programas y proyectos de fortalecimiento turístico

Villa La Unión es una ciudad que posee un sinnúmero de recursos para convertirse en un destino turístico importante dentro del territorio nacional, lamentablemente esta localidad no se ha desarrollado turísticamente debido a la falta de un plan estratégico diseñado con todos los requerimientos y procesos técnicos necesarios.

Luego de un minucioso análisis de la situación actual de ésta población y tomando como base fundamental los parámetros establecidos en el PLANDETUR 2020 se proponen una serie de programas y proyectos que ayudarán a promover el turismo en esta zona:

Cuadro 60. Resumen de programas y proyecto de fortalecimiento turístico

Programas	Proyectos
1. Facilidades turísticas	1.1 Implementación y/o mejoramiento de facilidades turísticas
2. Planta turística	2.1 Capacitación técnica para prestadores de servicios turísticos
3. Ambiente y cultura	3.1 Educación ambiental
	3.2 Revitalización cultural
4. Promoción turística	4.1 Diseño de productos turísticos
	4.2 Marketing para promoción y difusión turística

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

6.5.1. PROGRAMA: FACILIDADES TURÍSTICAS

a. Breve descripción y justificación

El fomento del turismo requiere complementariamente un adecuado sistema de señalética y facilitación turística en y hacia los sitios de visita y/o estancia del turista, ya que este modelo de desarrollo requiere de soportes especiales de orientación, información y equipamientos, para garantizar las condiciones de conservación de los valores de atractividad y el mantenimiento de la calidad ambiental, sociocultural y socioeconómica.

Es fundamental que se emprenda en un esfuerzo para poner en valor los sitios de patrimonio natural y cultural que aportan para mejorar la conectividad turística, dotándolos de los equipamientos mínimos que permitan al turista movilizarse con comodidad y seguridad por los sitios turísticos de la ciudad Villa La Unión.

b. Objetivos

- 1) Proporcionar orientación e información al turista, destacando los valores intrínsecos del patrimonio natural y cultural que posee la localidad.

- 2) Brindar al turista todas las facilidades, comodidades y seguridad necesarias para lograr elevados niveles de satisfacción durante la visita.

c. Proyecto: Implementación y/o mejoramiento de facilidades turísticas en Villa La Unión

Cuadro 61. Proyecto. Implementación y/o mejoramiento de facilidades turísticas en Villa La Unión

RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
FIN Proporcionar confianza, comodidad y seguridad al turista a la hora de realizar su visita hacia los atractivos de la ciudad	Al término del año 2018 el 100% de los atractivos turísticos de esta localidad posee las facilidades turísticas necesarias para proporcionar confianza, comodidad y seguridad al visitante.	-Encuestas de satisfacción -Informes de control y monitoreo - Registro fotográfico
PROPÓSITO Implementar y/o mejorar las facilidades turísticas en la zona		-Informes técnicos de la obra -Registro fotográfico -Informes de control y monitoreo
COMPONENTES		
C1. Elaboración de la propuesta de facilidades turísticas		- Informe técnico de la propuesta
ACTIVIDADES		
<p>C1.1 Contratar la consultoría para la elaboración de la propuesta de implementación de facilidades turísticas, la propuesta deberá contener al menos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico de las necesidades de facilitación turística • Diseño arquitectónico de las facilidades turísticas a implementar, vinculadas con: senderos, miradores, escalinatas, centros de información, centros de interpretación, I-TUR • La tipología de los materiales a ser utilizado en las facilidades deberán estar en conformidad con los atractivos turísticos y tomando en cuenta las siguientes especificaciones: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Materiales amigables con el ambiente ➤ Modelos que armonicen con el entorno ➤ Materiales resistentes y propios de la zona, etc. <p>C1.2 Determinar el presupuesto necesario para la implementación de las facilidades C1.3 Implementación del proyecto C1.4 Definir acciones para cuidado y mantenimiento de las facilidades turísticas</p>		

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

6.5.2. PROGRAMA: PLANTA TURÍSTICA

a. Breve descripción y justificación

Las normas de calidad para la prestación de servicios son exigentes en un mercado tan competitivo como es el turístico, lo que exige que el sector laboral deba capacitarse y se profesionalizarse en un adecuado desarrollo de capacidades de sus recursos humanos.

Para impulsar el modelo de desarrollo de turismo, esta exigencia se convierte en una necesidad urgente debido a la generalizada baja calidad del servicio en los destinos y establecimientos turísticos del país y por la carencia de recursos humanos debidamente capacitados en aspectos que consideren la calidad como fundamento de las actividades; en Villa La Unión es necesario desarrollar proyectos de capacitación técnica que permitan brindar atención eficiente al visitante, además de un sistema de control que vele para los servicios que se ofertan en esta localidad sean de calidad y permitan que el turista desee regresar.

b. Objetivos

- 1) Contar con personal altamente capacitado y emprendedor, que suministre atención eficiente y de calidad al turista.

- 2) Lograr que la calidad de los servicios turísticos ofertados se mantenga, asegurando de esta forma la satisfacción del visitante a través del tiempo.

c. Proyecto: Capacitación técnica para prestadores de servicios turísticos de la ciudad Villa La Unión

Cuadro 62. Proyecto. Capacitación técnica para prestadores de servicios turísticos de la ciudad Villa La Unión

RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
FIN Brindar al turista calidad y eficacia en la atención, mediante personal altamente capacitado y emprendedor, de tal forma que el visitante se sienta a gusto y satisfecho con el servicio	Para el año 2018, el nivel de satisfacción de los turistas que visitan Villa La Unión se ha incrementado en un 75% debido a la calidad en la atención que brindan los prestadores de servicios turísticos.	-Encuestas de satisfacción -Informes técnicos
PROPÓSITO Capacitar técnicamente a prestadores de servicios turísticos para mejorar la calidad del servicio ofertado		-Informe de evaluaciones periódicas a prestadores de servicios turísticos -Informes de monitoreo y evaluación -Memorias de las capacitaciones
COMPONENTES		
C1. Capacitación técnica en turismo		-Registros de participantes -Certificados de capacitación -Registros fotográficos
C2. Capacitación técnica en emprendimientos productivos		-Registros de participantes -Certificados de capacitación -Registros fotográficos
ACTIVIDADES		
C1.1 Determinar y sistematizar las temáticas o información necesarias para las capacitaciones; se deberá tomar en cuenta al menos las siguientes temáticas: alojamiento, restauración (gastronomía), guianza, idiomas C1.2 Seleccionar personal idóneo (facilitadores) para brindar las capacitaciones C1.3 Promocionar los cursos a realizarse C1.4 Ejecutar los cursos de capacitación		
C2.1 Determinar y sistematizar las temáticas o información necesarias para la capacitación; se deberá tomar en cuenta al menos las siguientes temáticas: diseño y elaboración de proyectos de desarrollo, diseño y elaboración de proyectos comunitarios C2.2 Seleccionar personal idóneo (facilitadores) para brindar la capacitación C2.3 Promocionar el curso a realizarse C2.4 Ejecutar el curso de capacitación		

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

6.5.3. PROGRAMA: AMBIENTE Y CULTURA

a. Breve descripción y justificación

La práctica creciente de la actividad turística tiende a producir cambios mayormente negativos en el entorno; los problemas ambientales exigen que las personas intervengan y sean partícipes de las correcciones que hagan falta para poder alcanzar el derecho que poseen todas las personas de vivir en un ambiente sano.

Es necesario que el proceso de desarrollo turístico en esta zona se base en un modelo de aprovechamiento de los recursos naturales y culturales que no provoque daños irreparables; una forma de progreso económico y social que favorezca la sana convivencia y respeto a las tradiciones de cada persona; un modelo basado en el comportamiento de la naturaleza, es decir, que considere su ciclo de recuperación, y una organización del trabajo humano que garantice un progreso sostenido en el tiempo, en armonía con la conservación y protección tanto del ambiente, como del bienestar y respeto a la cultura de todas las personas.

b. Objetivos

- 1) Promover el cuidado y protección del ambiente mediante la aplicación de estrategias que generen una conciencia ambiental en los pobladores de la zona.

- 2) Contar con pobladores que valoren, aprecien y retomen sus prácticas y tradiciones con el propósito de mantener su identidad cultural y mostrársela con orgullo a sus visitantes.

c. Proyecto: Educación ambiental para población de Villa la Unión

Cuadro 63. Proyecto. Educación ambiental para población de Villa la Unión

RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
FIN Promover el cuidado y protección del ambiente mediante la aplicación de estrategias que generen una conciencia ambiental en los pobladores de la zona	A partir del año 2018 al menos el 80% de la población local cuida y protege su entorno, llegando a convertirse en un ejemplo para los habitantes de cantones aledaños.	-Informes de control y monitoreo
PROPÓSITO Dotar a la ciudad de Villa La Unión de un plan de educación ambiental		-Documento impreso y digital del plan -Informes de control y monitoreo
COMPONENTES C1. Capacitación en educación ambiental dirigido a diferentes sectores de la población		-Informe técnico -Registro de asistencia -Certificados de capacitación
C2. Generación de Bionegocios		-Informe técnico -Informes de control y monitoreo
ACTIVIDADES C1.1 Realizar un diagnóstico de las necesidades de capacitación C1.2 Identificar los grupos meta a quienes estará dirigida la capacitación (el informe deberá contener la identificación de al menos tres grupos meta que podrían estar vinculados con el sector estudiantil, la población local y los prestadores de servicios turísticos) C1.3 Establecer la metodología del programa de capacitación de educación ambiental C1.4 Definir el presupuesto de intervención C1.5 Ejecutar la capacitación		
C2.1 Identificar sistemas de producción propios de la localidad C2.2 Determinar el número de familias beneficiarias de la intervención C2.3 Generación de bionegocios, tomando en cuenta que se deberá identificar al menos tres líneas de bionegocios relacionados con los productos de la zona, entre los que se podría mencionar: derivados de la caña de azúcar, biocomercio, Biol, entre otros.		

Elaborado por: Annabelly Chaquina-Mayra Esparza

d. Proyecto: Revitalización cultural para población de Villa la Unión

Cuadro 64. Proyecto. Revitalización cultural para población de Villa la Unión

RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
FIN Recuperar y fortalecer las prácticas y tradiciones de los pobladores de Villa La Unión con el propósito de mostrársela con orgullo a sus visitantes.	Para el año 2020, al menos el 70% de los pobladores de Villa La Unión valoran su cultura y retoman sus tradiciones y prácticas ancestrales, convirtiéndose a su vez en un atractivo turístico importante en el cantón.	-Informes de control y monitoreo
PROPÓSITO Elaborar un proyecto que permita la revitalización cultural en la zona		-Documento digital e impreso del proyecto -Informes técnicos
COMPONENTES C1. Diagnóstico cultural		-Informe técnico -Registro de asistencia
C2. Definición e implementación de alternativas para el fortalecimiento de la cultura		-Informes de control y monitoreo
ACTIVIDADES		
C1.1 Análisis de la situación actual del aspecto cultural en la zona		
C1.2 Determinación de la problemática cultural que aqueja a esta localidad en cuanto a su patrimonio material e inmaterial		
C2.1 Desarrollo de talleres participativos para definir alternativas para la revitalización de la cultura		
C2.2 Elaboración de una propuesta que contenga alternativas para el fortalecimiento de la identidad cultural, la misma deberá contener al menos los siguientes aspectos:		
<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas o estrategias para revitalizar las artesanías • Técnicas de manejo de cultivos ancestrales como elementos para la seguridad alimentaria e insumos para el sector de alimentos y bebidas • Recuperación de platos de la gastronomía tradicional local (ferias gastronómicas con gastronomía local) • Generar una agenda cultural anual con las principales manifestaciones y representaciones de la cultura de la zona 		
C2.3 Establecer el presupuesto anual para la implementación de las acciones (gestionar los recursos económicos para la implementación de la propuesta y evaluación de las acciones implementadas)		
C2.4 Ejecutar el proyecto de revitalización cultural		

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

6.5.4. PROGRAMA: PROMOCIÓN TURÍSTICA

a. Breve descripción y justificación

La creación de un proyecto de marketing turístico evidencia la necesidad de equilibrar de mejor manera los esfuerzos que se hacen para dar a conocer el potencial turístico de una localidad a los mercados interno e internacional.

Villa La Unión se destaca por su clima, cultura y atractivos importantes capaces de atraer a turistas de todo tipo, lamentablemente no existen alternativas definidas que coordinen todos estos aspectos; de ahí la necesidad de diseñar productos que articulen todas las potencialidades turísticas que posee esta zona, para seguidamente darlas a conocer utilizando como herramienta de apoyo un proyecto de marketing turístico que proporcionará las estrategias más idóneas para promocionar esta localidad y permitirá a su vez que el turista pueda contar con diversidad de opciones a la hora de realizar su visita.

b. Objetivos

- 1) Incrementar el número de personas que visitan la localidad mediante la implementación de productos turísticos diversificados y pensados según las necesidades y preferencias de varios estereotipos de turistas.

- 2) Lograr posicionar a la ciudad Villa La Unión como un destino turístico competitivo, mediante la ejecución de estrategias de promoción idóneas y que causen interés en los turistas.

c. Proyecto: Diseño de productos turísticos en la ciudad Villa La Unión

Cuadro 65. Proyecto. Diseño de productos turísticos en la ciudad Villa La Unión

RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
FIN Incrementar el número de turistas que visitan Villa La Unión mediante la implementación de productos turísticos diversificados y pensados según sus necesidades y preferencias	Para finalizar el año 2020, el flujo de turistas que visita Villa La Unión se incrementa en un 60% debido a la implementación de los productos turísticos en esta localidad.	- Encuestas de satisfacción - Estadísticas de turismo
PROPÓSITO Diseñar productos turísticos para la ciudad Villa La Unión		- Informes técnicos - Informes de control y monitoreo
COMPONENTES C1. Propuesta para el diseño de productos turísticos de la ciudad Villa La Unión		- Informe técnico - Contrato consultoría
ACTIVIDADES C1.1 Contratar una consultoría para el diseño técnico de productos turísticos en torno a la potencialidad de la zona, para lo cual se deberá tomar en cuenta los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de nichos de mercado para cada modalidad • Determinación de una ruta turística de cada producto que vincule la oferta turística de comunidades y del sector privado • Identificación de necesidades turísticas a ser cubiertas • Elaboración de presupuesto para acción del Municipio para dotar de esas facilidades al territorio C1.2 Establecer el presupuesto para la implementación de la propuesta C1.3 Definir estrategias de difusión de los productos turísticos C1.4 Implementación de los productos turísticos		

Elaborado por: Annabelly Chaquinga-Mayra Esparza

d. Proyecto: Marketing para promoción y difusión turística en la ciudad Villa La Unión

Cuadro 66. Proyecto. Marketing para promoción y difusión turística en la ciudad Villa La Unión

RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
FIN Posicionar a Villa La Unión como un destino turístico competitivo, mediante la ejecución de estrategias de promoción idóneas y que causen interés en los turistas	La ciudad Villa La Unión al año 2020 es reconocida como uno de los destinos turísticos importantes del país, mismo que genera afluencia turística permanente.	-Estadísticas de turismo -Informes de control y monitoreo
PROPÓSITO Diseñar un proyecto de marketing turístico para promocionar a Villa La Unión		-Informes técnicos -Informes de control y monitoreo -Documento digital e impreso del proyecto de marketing
COMPONENTES		
C1. Diseño del proyecto de marketing turístico		-Informes técnicos -Documento digital e impreso del proyecto de marketing
C2. Implementación y seguimiento del proyecto de marketing turístico		-Informes de control y monitoreo
ACTIVIDADES C1.1 Actualizar el estudio de mercado (autenticación de segmentos de mercado, de acuerdo a la tipología de productos con los que cuenta la zona) C1.2 Diseñar la marca turística de la localidad C1.3 Establecer estrategias de marketing para promocionar, entre las que se deberá tomar en cuenta al menos los siguientes aspectos: spots publicitarios en radio y televisión, página Web, alianzas estratégicas, lanzamiento del producto que vincule a empresarios turísticos locales, nacionales e internacionales.		
C2.1 Seguimiento y evaluación del proyecto de marketing turístico		

Elaborado por: Annabelly Chaquina-Mayra Esparza

VII. BIBLIOGRAFÍA

- Alza, M. (2010). *Presentación TICs y Turismo*. Buenos Aires: Síntesis.
- Amores, Y. (29 de Noviembre de 2012). *Tipode de turismo*. Recuperado el 08 de Abril de 2015, de <http://tiposdeturismo.blogspot.com/>
- Arcos, B. (2012). *Estrategias de promoción turística del Ecuador*. Guayaquil: ESPOL.
- Biblioteca CYTA. (1996). *Herramientas para el Análisis, Cuantitativo y Cualitativo*,. Recuperado el 12 de Abril de 2015, de http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/herramientas_calidad/causaefecto.htm
- Boullón, R. (1997). *Planificación del espacio turístico*. México: Editorial Trillas. Recuperado el 15 de Abril de 2015, de <http://felipezunigageotur.blogspot.com/2009/11/glosario-de-terminos.html>
- Cárdenas, J. (30 de Octubre de 2009). *F.O.D.A: Cuadro situacional de la empresa u organización*. Recuperado el 11 de Junio de 2015, de http://www.monografias.com/usuario/perfiles/yhonnatan_cardenas/monografias
- Cortada, D. M. (2006). *TURISMO , CULTURA Y DESARROLLO*. Recuperado el 14 de Abril de 2015, de <http://www.oei.es/cultura/turismodmoragues.htm>
- DATATUR. (2014). *Análisis Integral del Turismo*. Recuperado el 11 de Junio de 2015, de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- Definiciónabc. (2007). *Definición de sistematización*. Recuperado el 11 de Junio de 2015, de <http://www.definicionabc.com/general/sistematizacion.php>
- DefinicionDe. (2012). *Ecoturismo*. Recuperado el 10 de Junio de 2015, de <http://definicion.de/ecoturismo.com>
- Dirección Nacional de Desarrollo Turístico MINCETUR. (2006). *MANUAL PARA LA FORMULACION DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS A NIVEL NACIONAL*. Recuperado el 10 de Abril de 2015, de http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto_turistico/Manual_de_Inventario_OCT2006.pdf
- Espinosa, R. (29 de Julio de 2013). *Blog de Marketing y Ventas*. Recuperado el 12 de Abril de 2015, de <http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>

- ESPOL. (2009). *Manual de diagnóstico turístico local*. Recuperado el 11 de Junio de 2015, de <http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Funrn.edu.ar%2Fblogs%2Fpt%2Ffiles%2F2013%2F03%2F6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf&ei=QeSBVb76JcJx-AGckYGADw&usg=AFQjC>
- Gobierno Autónomo Decentralizado Municipal de Tulcán. (24 de Diciembre de 2009). *ACTUALIZACIÓN DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN TULCÁN*. Recuperado el 15 de Abril de 2015, de http://turismo.gmtulcan.gob.ec/descargas/uno_.pdf
- Grassmann, P. Z. (1996). *EVALUAR EL POTENCIAL TURÍSTICO DE UN TERRITORIO*. España: FUTOUR.
- MINCETUR. (2006). *MANUAL PARA INVENTARIOS TURISTICOS-FASES*. Recuperado el 15 de Abril de 2015, de http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto_turistico/Manual_de_Inventario_OCT2006.pdf
- Organización Mundial de Turismo. (Marzo de 2010). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Recuperado el 08 de Abril de 2015, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Quijano, M. S. (Julio de 2009). *Los inventarios de atractivos turísticos en la costa ecuatoriana*. Recuperado el 10 de Abril de 2015, de <http://www.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/4sentidos/article/download/83/85>
- Ramírez, R. C. (2011). *EVALUACIÓN DEL POTENCIAL EN MUNICIPIOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS*. Recuperado el 08 de Abril de 2015, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/#indice>
- SE Instituto Nacional del Emprendedor. (Febrero de 2008). *Guías Empresariales*. Recuperado el 08 de Abril de 2015, de <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=2&sg=9>
- Servantes, F. (Agosto de 2012). *Investigación de mercado*. Recuperado el 10 de Abril de 2015, de <http://www.monografias.com/trabajos65/investigacion-mercado/investigacion-mercado.shtml>

- Universidad Nacional de Colombia. (2009). *Proyectos de Desarrollo*. Recuperado el 11 de Abril de 2015, de <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/Lecciones/CAPITULO%20II/instrumento.htm>
- Valencia, J. (2011). *Diccionario de términos turísticos*. Recuperado el 11 de Junio de 2015, de <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/P/PATRIMONIO-TUR%3%8DSTICO-934/>
- Varisco, C. (2008). *Desarrollo Turístico y Desarrollo Local* . Recuperado el 10 de Junio de 2015, de https://www.google.com.ec/?gfe_rd=cr&ei=oOGBVaS_AoOh-AWQopvIBA&gws_rd=ssl#q=Es+el+plan+de+desarrollo+tur%3%ADstico+o+la+construcci%C3%B3n+de+instalaciones+y+servicios+id%C3%B3neos+para+satisfacer+las+necesidades+del+turista%2C+y+definiendo+de+una+amanera

VIII. ANEXOS

8.1 Encuesta a turistas nacionales

ENCUESTA

Encuestador:
Fecha de la encuesta:
N. de encuesta:

1. Dentro de que rango esta su edad?

a. 15 – 25	<input type="checkbox"/>
b. 26 – 35	<input type="checkbox"/>
c. 36 – 45	<input type="checkbox"/>

d. 46 – 55	<input type="checkbox"/>
e. más de 55 años	<input type="checkbox"/>

2. Indique su género.

Masculino _____ Femenino _____

3. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

País _____ Ciudad _____

4. ¿Qué tipo de atractivos le llama más la atención?

a. Naturales.	<input type="checkbox"/>
b. Culturales	<input type="checkbox"/>
c. Ambas	<input type="checkbox"/>

5. ¿Conoce usted la ciudad Villa La Unión del cantón Colta? (si la respuesta es negativa termina la encuesta)

Sí _____ No _____

6. Si su respuesta es positiva por qué medio se enteró de esta localidad?

a. Televisión local	<input type="checkbox"/>	b. Radio	<input type="checkbox"/>
c. Periódicos	<input type="checkbox"/>	d. Agencias de viaje	<input type="checkbox"/>
e. Amigos	<input type="checkbox"/>	f. Internet	<input type="checkbox"/>
g. Otros. (especifique)	_____		

7. ¿Cuál ha sido su motivación para visitar Villa La Unión?

a. Por los servicios turísticos que posee	<input type="checkbox"/>
b. La calidez de la gente del lugar	<input type="checkbox"/>
c. El contacto con la naturaleza	<input type="checkbox"/>
d. La riqueza cultural	<input type="checkbox"/>
e. Belleza de su paisaje	<input type="checkbox"/>
f. Otras (especifique) _____	<input type="checkbox"/>

8. ¿Qué atractivos turísticos conoce de la ciudad Villa La Unión del cantón Colta?

- | | | | |
|----------------------------------|--------------------------|-----------------------------------|--------------------------|
| a. Laguna de Colta | <input type="checkbox"/> | b. Iglesia de Balbanera | <input type="checkbox"/> |
| c. Iglesia de Sicalpa antiguo | <input type="checkbox"/> | d. Iglesia de San Lorenzo-Sicalpa | <input type="checkbox"/> |
| e. Ruinas de Riobamba antiguo | <input type="checkbox"/> | f. Ninguno | <input type="checkbox"/> |
| g. Complejo Turístico Cunucpogyo | <input type="checkbox"/> | h. Otros. (especifique) | <input type="checkbox"/> |

9. ¿Con quién generalmente realiza viajes de turismo?

- | | | | |
|------------|--------------------------|-----------|--------------------------|
| a. Familia | <input type="checkbox"/> | b. Amigos | <input type="checkbox"/> |
| c. Pareja | <input type="checkbox"/> | d. Solo | <input type="checkbox"/> |

10. ¿Con cuántas personas generalmente realiza sus viajes de turismo?

Número.....

11. ¿Qué servicios cree usted que se debe mejorar en la ciudad de Villa La Unión para motivar la visita de turistas?

- | | | | |
|-----------------|--------------------------|---------------|--------------------------|
| a. Guianza | <input type="checkbox"/> | b. Transporte | <input type="checkbox"/> |
| c. Alimentación | <input type="checkbox"/> | d. Hospedaje | <input type="checkbox"/> |

12. ¿En qué ámbitos cree que se debería aplicar estrategias para optimizar el turismo?

- | | | | |
|-----------------------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
| a. Facilidades y planta turística | <input type="checkbox"/> | b. Servicios básicos | <input type="checkbox"/> |
| c. Ambiente y cultura | <input type="checkbox"/> | d. Promoción turística | <input type="checkbox"/> |
| e. Gobernanza turística | <input type="checkbox"/> | | |

13. ¿Por qué medio cree usted que se debería promocionar Villa La Unión para que sea conocida fuera de la provincia?

- | | | | |
|-------------------------|--------------------------|-------------|--------------------------|
| a. Televisión | <input type="checkbox"/> | b. Radio | <input type="checkbox"/> |
| c. Vallas publicitarias | <input type="checkbox"/> | d. Internet | <input type="checkbox"/> |
| e. Periódicos | <input type="checkbox"/> | f. Revistas | <input type="checkbox"/> |

14. ¿Cuánto estaría dispuesto en gastar por día por persona durante su visita a Villa La Unión?

- | | |
|--------------|--------------------------|
| \$ de 3 a 5 | <input type="checkbox"/> |
| \$ de 6 a 8 | <input type="checkbox"/> |
| \$ de 9 a 11 | <input type="checkbox"/> |
| \$ más de 12 | <input type="checkbox"/> |

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO.

8.2 Registro fotográfico

