



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA**

**ESCUELA DE INGENIERIA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

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

TÍTULO

**DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL CANTÓN COLTA  
PERTENECIENTE AL CORREDOR TURÍSTICO SOSTENIBLE LAS  
LAGUNAS**

Autora: Mayra Verónica Pino Velasco

Director: Lic. Ivo Veloz

**Riobamba – Ecuador**

**2013**

Los miembros del tribunal de graduación del proyecto de investigación de título: **DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL CANTÓN COLTA PERTENECIENTE AL CORREDOR TURÍSTICO SOSTENIBLE LAS LAGUNAS**, presentado por: Mayra Verónica Pino Velasco y dirigida por: Lic. Ivo Veloz. 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:

.....

Presidente del Tribunal

.....

Firma

.....

Miembro del Tribunal

.....

Firma

.....

Miembro del Tribunal

.....

Firma

## **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Graduación, nos corresponde exclusivamente a: Mayra Verónica Pino Velasco y al Lic. Ivo Veloz en calidad de director del Proyecto; y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Nacional de Chimborazo.

## **AGRADECIMIENTO**

Dejo constancia de mis más sincero agradecimientos de gratitud a Dios, a la Universidad Nacional de Chimborazo y a la Escuela de Gestión Turística y Hotelera, a mis profesores y en especial a mi director Lic. Ivo Veloz por su importante contribución en la búsqueda de soluciones que día a día se presentaron en el desarrollo de este proyecto.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de manera especial a Dios por haber guiado mi camino siempre, a mis padres Carlos y Anita y a mi hermana Abigail por saber inculcarme valores y brindarme su confianza y apoyo incondicional ya que sin ellos no fuera lo que soy y seré en el presente y futuro, dedico además este esfuerzo a las personas que me dieron la oportunidad de conocerme a mí mismo y saber que el límite del conocimiento, amor y esperanza debe sobrepasar las expectativas propias, quienes me enseñaron a decir gracias y no esperar nada a cambio.

## ÍNDICE

CAPÍTULO I.....	3
1. Fundamentación teórica .....	3
1.1 Producto.....	3
1.2 Producto turístico.....	3
1.3 Características del producto turístico.....	4
1.4 Componentes de un producto turístico .....	5
1.5 Estrategia para el producto turístico .....	6
1.6 Gestión de la comercialización del producto turístico.....	7
1.7 Servicios turísticos.....	10
1.7.1 Servicio de alojamiento.....	10
1.7.1.1 Definición de alojamiento .....	11
1.7.1.2 Tipos de alojamiento .....	11
1.7.1.3 Categoría de los hoteles .....	12
1.7.2 Servicio de alimentación .....	13
1.7.2.1 Definición.....	13
1.7.2.2 Requisitos para el servicio de alimentación .....	14
1.7.3 Servicio de guía.....	14
1.7.3.1 Definición del servicio de guía .....	14
1.7.3.2 Características del guía .....	14
1.7.3.3 Conocimientos del guía.....	15
1.7.3.4 Funciones principales del guía .....	15
1.7.3.5 Guianza .....	16
1.7.3.6 Guía profesional de turismo .....	16
1.7.3.7 Interpretación .....	17
1.7.3.8 Comunicación .....	17
1.7.4 Servicio de transporte.....	17
1.7.4.1 Definición de transporte.....	17
1.7.4.2 Tipos de Transportes .....	18
1.8 Desarrollo turístico .....	19
1.8.1 Épocas y etapas del desarrollo turístico .....	19

1.8.2	Proceso para desarrollar el turismo .....	20
1.8.3	Importancia del turismo en la sociedad y economía .....	20
1.9	Corredor turístico .....	20
1.9.1	Corredores turísticos de traslado .....	21
1.9.2	Corredores turísticos de estadía .....	22
1.9.3	Relaciones entre los elementos del espacio turístico .....	23
	CAPÍTULO II.....	25
2.	METODOLOGÍA .....	25
2.1	Tipo de estudio .....	25
2.1.1	Diagnóstico situacional del corredor turístico sostenible “Las Lagunas” .....	25
2.1.2	Validar los atractivos del cantón Colta. ....	26
2.1.3	Realizar el estudio de mercado para determinar la oferta y demanda potencial insatisfecha del proyecto. ....	26
2.2	Población y muestra .....	27
2.4	Procedimientos .....	30
2.5	Procesamiento y análisis.....	30
	CAPÍTULO III.....	31
3.	RESULTADOS.....	31
3.1	Diagnóstico situacional .....	31
3.1.1	Cantón Colta .....	31
3.1.2	Ubicación .....	31
3.1.3	Límites .....	31
3.1.4	Ámbito biofísico .....	32
3.1.5	Aspectos socio – económicos .....	32
3.1.6	Ámbito político – institucional .....	42
3.1.7	Ámbito turístico. ....	44
3.2	Validación de atractivos turísticos .....	46
3.2.1	Cantón Colta .....	46
	Clasificación de los atractivos del cantón según la validación .....	95
3.3	Estudio de mercado .....	95
3.3.1	Resultados de las encuestas .....	95
3.3.2	Perfil del turista.....	107

3.3.3	Análisis y proyección de la demanda .....	107
3.3.4	Análisis y proyección de la oferta.....	109
3.3.5	Análisis de la oferta de servicios .....	109
3.3.5.1	Cantón Colta .....	109
DISCUSIÓN	.....	110
CAPITULO V	.....	111
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	.....	111
5.1	Conclusiones .....	111
5.2	Recomendaciones .....	112
CAPÍTULO VI	.....	113
PROPUESTA	.....	113
6.1	Título de la propuesta .....	113
6.2	Introducción.....	113
6.3	Objetivos .....	114
6.3.1	Objetivo general.....	114
6.3.2	Objetivos específicos .....	114
6.4	Descripción de la propuesta.....	115
6.5	Diseño de productos turísticos .....	115
6.6	Definición de elementos de difusión y promoción para el turismo en el mercado. ....	122
6.6.1	Estrategias de publicidad .....	122
6.6.1.1	Marca turística.....	122
6.6.1.2	Nombre y logotipo el encanto de conocer Colta .....	123
6.6.1.3	Afiche .....	126
6.6.1.4	Tríptico.....	127
6.7	Conclusiones y recomendaciones.....	130
CAPÍTULO VII	.....	132
BIBLIOGRAFÍA	.....	132
CAPÍTULO VIII	.....	134
8. ANEXOS	.....	134
8.1	Anexos 1 Encuesta en Español.....	134
8.2	Anexo 2 Encuesta en Inglés .....	138



8.3 Anexo 3 Catastro del cantón Colta.....	141
8.4 Anexo 4 Anteproyecto.....	143

## **Índice de cuadros**

Cuadro N° 1 Operacionalización de las variables	29
Cuadro N° 2 Organigrama estructural	43
Cuadro N° 3 Parroquia Sicalpa y Cajabamba	46
Cuadro N° 4 Parroquia Santiago de Quito	75
Cuadro N° 5 Parroquia Columbe	80
Cuadro N° 6 Género de turistas	96
Cuadro N° 7 Estado civil	97
Cuadro N° 8 Viaja	98
Cuadro N° 9 Implementación de productos turísticos	99
Cuadro N° 10 Tipos de turismo	100
Cuadro N° 11 Donde le gustaría hospedarse	101
Cuadro N° 12 Servicio de guianza	102
Cuadro N° 13 Actividades a realizarse	103
Cuadro N° 14 Visita de atractivos	104
Cuadro N° 15 Estadía	105
Cuadro N° 16 Gasto por día	106
Cuadro N° 17 Perfil del turista	107
Cuadro N° 18 Proyecciones de la demanda	108

## **Índice de figuras**

Figura N° 1 Corredor turístico de traslado	22
Figura N° 2 Topología corredores de estadía	24
Figura N° 3 Marca turística	122
Figura N° 4 Logotipo el encanto de conocer Colta	123
Figura N° 5 Logotipo mágica aventura y esplendor en la laguna	124
Figura N° 6 Logotipo	125
Figura N° 7 Afiche	126
Figura N° 8 Tríptico	128

## **Índice de fotografías**

Fotografía N° 1 Vestimenta hombres	34
Fotografía N° 2 Vestimenta mujeres	34
Fotografía N° 3 Vivienda	50

## **Índice de gráficos**

Gráfico N° 1 Componentes del producto turístico	6
Gráfico N° 2 Producto turístico	7
Gráfico N° 3 Género de los turistas	96
Gráfico N° 4 Estado civil	97
Gráfico N° 5 Viaja	98
Gráfico N° 6 Implementación de productos turísticos	99
Gráfico N° 7 Desea visitar el cantón	100
Gráfico N° 8 Donde le gustaría hospedarse	101
Gráfico N° 9 Servicio de guianza	102
Gráfico N° 10 Actividades a realizarse	103
Gráfico N° 11 Visita de atractivos	104
Gráfico N° 12 Estadía	105
Gráfico N° 13 Gasto por día	106

## Índice de tablas

Tabla N° 1 Segmento de turistas	28
Tabla N° 2 Habitantes del cantón	33
Tabla N° 3 Migración	35
Tabla N° 4 Educación	36
Tabla N° 5 Procedencia de luz eléctrica	37
Tabla N° 6 Cooperativa de transportes	37
Tabla N° 7 Distancias	38
Tabla N° 8 Telefonía convencional	38
Tabla N° 9 Telefonía móvil	39
Tabla N° 10 Servicio higiénico	39
Tabla N° 11 Procedencia del agua	40
Tabla N° 12 Principal combustible o energía para cocinar	41
Tabla N° 13 Eliminación de la basura	41

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo fundamental llevar a la práctica los conocimientos adquiridos en la preparación universitaria y diario vivir, contribuir al fomento de nuevas alternativas para el desarrollo de un determinado grupo poblacional fomentando por medio de la actividad turística.

Se decidió realizar el diagnóstico situacional del cantón Colta dando como resultado que la infraestructura que presentan los mencionados es idóneo para el desarrollo del turismo, siendo un factor negativo que se debe mejorar el tratamiento de desechos sólidos. La investigación se la realizó tomando en cuenta los turistas que ingresaron al cantón Colta, se tomó como base de partida en la validación de atractivos turísticos los inventarios realizados por: ESPOCH, Itur, tomando los atractivos del cantón mediante salidas de campo se verificó los datos ya existentes, después de la aplicación de las encuestas se procedió a la tabulación de las mismas y así poder obtener el perfil del turista.

La propuesta fue el diseño de productos turísticos para el corredor turísticos sostenible “las lagunas” tomando en cuenta las características obtenidas inclinándose por el turismo cultural o relacionado, es así que se estructuraron tres productos turísticos denominados: el encanto de conocer Colta, mágica aventura y esplendor en la laguna e historia y agroturismo Colta – San Martín, finalmente los mismos serán promocionados mediante una marca turística, afiches, y trípticos y cada uno respectivamente con su propio logotipo distintivo.

## **SUMMARY**

The most important objective of this present research is to apply the complete knowledge which we have acquired during our daily preparation at the university. Also, we want to contribute with new alternatives for a particular group through the touristic activity.

So, we decided to do a situational diagnostic in Colta Canton. The result was that its structure is suitable for tourism. However, an aspect like the solid waste treatment needs to improve it. The research was valued by tourist visitors. It was based on the inventories from ESPOCH, Itur. Taking account the attractive places, it was verified through personal visitors. Thus it was confirmed prior data. After that, it was applied pools, and then tabulated in order to find out tourist's profile.

This proposal was designed by "Las Lagunas" to Corredor Turístico Sostenible because of characteristics, cultural tourism was the inclination So, three touristic products were structured, they are: el encanto de conocer Colta, mágica aventura y esplendor en la laguna, and historia y agroturismo Colta – San Martín. Finally, they will be promoted by means of a touristic trademark, posters, and brochures. Each of them have had its distinctive log own.

## **I. INTRODUCCIÓN**

El sector turístico del Ecuador tiene un enorme potencial y se constituye como uno de los principales motores de la economía para su desarrollo. Esto se debe a que nuestro país posee una gran ventaja en biodiversidad, ubicación geográfica, y por tener gran variedad de atractivos naturales y culturales para ofertar a los turistas.

Entre las diversas formas de turismo surge y crece una nueva corriente turística: el llamado turismo “alternativo”, es decir el turismo que tiene como destino la naturaleza, turismo de aventura, cultural, científico, montañismo, campismo, buceo, safari fotográfico, canotaje, ecoturismo, con el avance tecnológico, este sector se consolida cada vez más en las diferentes zonas del país aprovechando los recursos naturales, culturales y sociales los cuales sirven para dar a conocer la riqueza ecuatoriana a nivel nacional e internacional. Para cumplir con las expectativas del mercado es importante que quienes están llamados a manejar la actividad turística en todas sus modalidades lo hagan de manera sostenible y sustentable con el objetivo de consolidar el turismo en el Ecuador.

En los últimos años el desarrollo del turismo es cada vez más notorio, pero los beneficios que produce la actividad turística no siempre se ven reflejados en las poblaciones locales, pues sus habitantes en su mayoría no están involucrados de manera directa en esta actividad; por tal motivo se ha visto la necesidad de crear e implementar nuevas alternativas de turismo en donde se permita la participación directa de la comunidad en estas actividad.

El cantón Colta posee muchas potencialidades no aprovechadas ya que existen condiciones naturales y culturales que pueden resultar muy atractivas para visitantes nacionales y extranjeros, la posibilidad de cambiar esta situación a largo plazo pasa por dar valor agregado a sus productos tradicionales, lograr la necesaria intensificación productiva y diversificar la producción para explotar otros mercados, con lo cual mejoraría su competitividad a su vez que ayudaría a

mejorar la calidad de vida de la población.

Por eso es indudable que se puede realizar el diseño de productos turísticos que favorezcan la actividad turística, cultural, social y económica del cantón Colta. Al no poseer productos turísticos definidos en donde se puedan aprovechar el conocimiento de cada uno de los atractivos por parte de los visitantes es necesaria la creación de estos productos que nos permitirá mejorar la calidad de vida de los habitantes y el beneficio de las personas que habitan en el cantón.

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

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

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

En el capítulo IV corresponde a la discusión

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

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



# CAPÍTULO I

## 1. Fundamentación teórica

### 1.1 Producto

“Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad sin embargo, el concepto de producto no está limitado a objetos físicos; cualquier cosa que pueda satisfacer una necesidad se puede llamar producto (objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas).

Además de los bienes tangibles, los productos incluyen servicios que son actividades o beneficios que se ofrecen a la venta y que son básicamente intangibles y no tienen como resultado la propiedad de algo”

### 1.2 Producto turístico

El producto turístico es el que está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, bienes y servicios que son producidos por diferentes entidades, pero que el turista lo percibe como uno sólo. "...se hace notable que no hay lugar del planeta que no sea un destino turístico actual o potencial: ríos, bosques, costas, montañas, lagos, tundras, desiertos y demás son lugares que los hombres han buscado para vivir y desarrollar actividades lúdicas." (Gurría, 2001)”.

“El conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores.” (OMT, 1998).

“Un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajes a la gente para realizar actividades, que satisfagan sus necesidades, otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral.” (SECTUR, 2010).

“Desde el punto de vista del marketing, es la primera y más importante de las variables de marketing - mix. Si una empresa no tiene el producto adecuado para estimular la demanda, no puede llevar a cabo de forma efectiva ninguna acción comercial. Se puede decir que el producto es el punto de partida de la estrategia de marketing. Desde el punto de vista comercial, producto designa cualquier bien o servicio, o la combinación de ambos, que poseen un conjunto de atributos físicos y psicológicos que el consumidor considera que tiene un bien para satisfacer sus deseos o necesidades.

### **1.3 Características del producto turístico**

Los productos turísticos tienen unas componentes tangibles y otras intangibles.

- La tangibilidad.- Se observa en la cama de un hotel, el overbooking, la calidad de la comida. La parte tangible la constituye el producto turístico en sí, tal y como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos.
- La intangibilidad.- Se deduce del hecho de que las características de las componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan cómo es el producto, qué uso le darán, y qué resultados esperan obtener. Este componente de intangibilidad hace que los consumidores no estén seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto.
- Caducidad.- Los productos turísticos no se pueden almacenar.
- Agregabilidad y sustituibilidad.- El producto turístico se forma a partir de la agregación de varios componentes, alguno de los cuales se puede sustituir por otro de forma inmediata.
- Heterogeneidad. -El producto turístico está formado por muchas partes, y condicionado por muchos factores.
- Subjetividad, individualidad, inmediatez y simultaneidad de producción y consumo.- Es subjetivo porque depende de las condiciones en que estén los clientes y prestatario en el momento del consumo.

## **1.4 Componentes de un producto turístico**

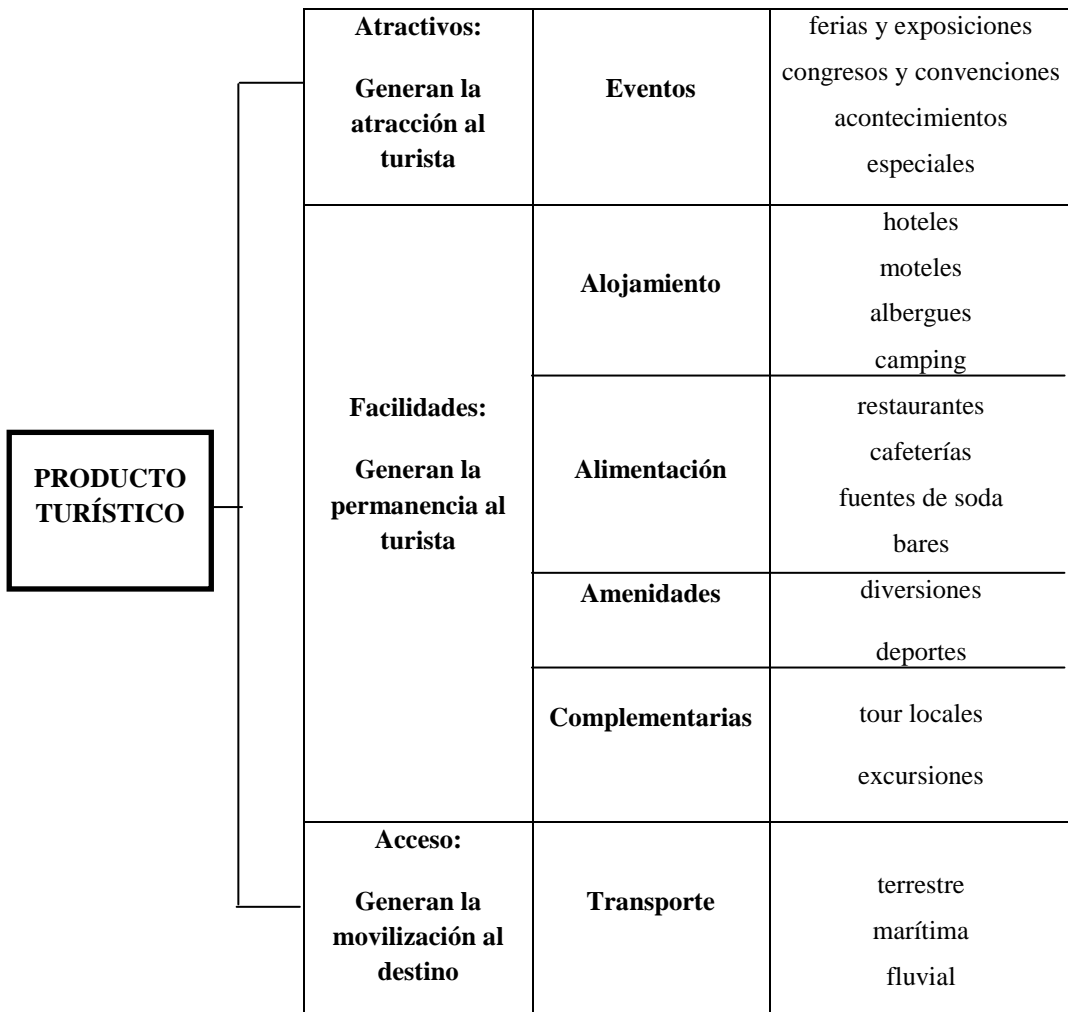
El producto turístico se compone de dos partes indivisibles: una parte tangible la constituye el producto global tal y como es ofrecido por los productores a los clientes y otra parte intangible que es la percepción y expectativas que los consumidores tienen del producto. (MILIO, I.2008).

Podemos decir que todos los elementos que conforman el producto turístico se resume en:

- Recurso Turístico
- Infraestructura
- Empresas y servicios turísticos
- A su vez los recursos turísticos pueden relacionarse con:
  - La naturaleza
  - La cultura propia del destino
  - La historia
  - La facilidad para la práctica deportiva

**Gráfico N° 1**

**Componentes del producto turístico**



**Fuente:** Cárdenas Fabio: Comercialización del Turismo

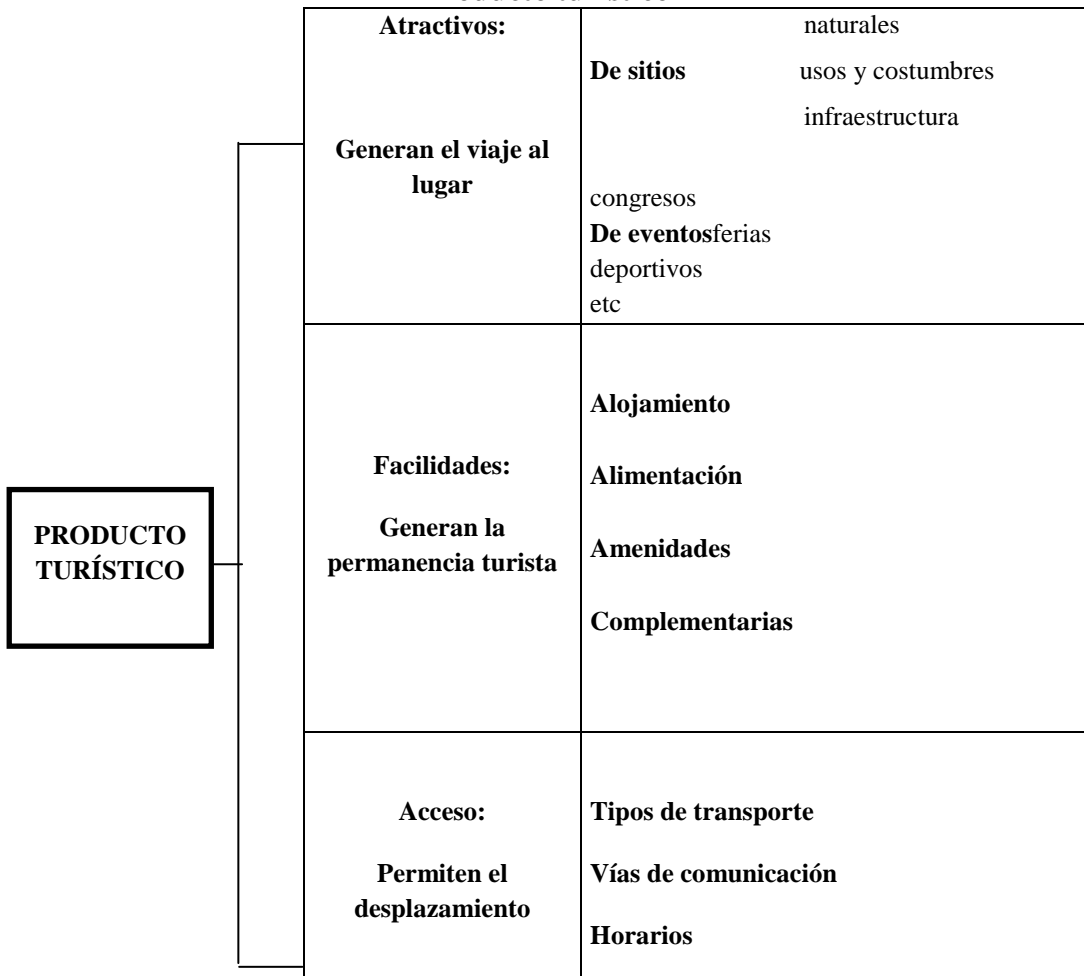
**Elaboración:** Mayra Pino Velasco.

**1.5 Estrategia para el producto turístico**

Tendrá que decidir si se dirige a nuevos mercados o hacia los actuales, y por otro lado, las acciones sobre el mercado escogido pueden realizarse con los productos actuales o con nuevos productos”.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>DE LA COLINA, Juan. “Marketing Turístico”. (en línea). Consultado el 14 de Octubre del 2007. Disponible en [http:// www. Monografías .com](http://www.Monografías.com).

**Gráfico N°02  
Producto turístico**



**Fuente:**LUNA, R; CHÁVEZ, D.

**Elaborado:** Mayra Pino V.

### **1.6 Gestión de la comercialización del producto turístico.**

#### **Etapa 1: Posicionamiento**

El posicionamiento significa "el lugar que ocupa el concepto de un producto en la mente de los consumidores en relación con los de la competencia".<sup>2</sup>

La "posición" de un producto o servicio implica encontrar estrategias que den las mayores ventajas en los mercados seleccionados. El consumidor siempre paga por un valor que percibe.<sup>3</sup>

<sup>2</sup>**PÉREZ**, Olivera. (2007). COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO. Madrid- España, Editorial Ariel. Página 48.

Se pueden distinguir cinco tipos de acciones para posicionar un producto en el mercado:

- a) Por atributos específicos del producto (precio, calidad, duración, etc.).
- b) Por necesidades que satisfacen (alimentación, confort, abrigo, prestigio).
- c) Por los beneficios que presenta (una crema hidratante de piel, puede tener componentes que actúen como protector solar).
- d) Para cierta clase de usuarios (bares para un mismo sexo; un reloj Rolex posiciona a una persona en un determinado nivel social).
- e) Por comparación con otros productos.

Se define la estrategia de posicionamiento. Ello implica planificar el proceso de inserción del nuevo producto en el mercado, mediante las estrategias y acciones a desarrollar en el mix de comunicación.<sup>4</sup>

## **Etapa2: Comunicación**

La comunicación es una de las variables del marketing mix bajo la cual se integran una serie de elementos como la publicidad, la promoción de venta, las relaciones públicas, el patrocinio, las ferias y la venta personal. Estos elementos hace posible para que un destino se dé a conocer dentro de su entorno y fuera de su entorno, y de esto dependerá la afluencia de visitantes.

- a) **La publicidad:** La publicidad constituye un método de comunicación cuyo emisor (organismo que gestiona el destino turístico) controla totalmente el mensaje y lo hace llegar.

---

<sup>3</sup>SAINZ, José. (2008). EL PLAN DE MARKETING EN LA PRÁCTICA. 12<sup>va</sup>. Edición, Madrid-España, Editorial ESIC. Páginas 103.

<sup>4</sup>COBARCOS, Noelia. (2006). PROMOCIÓN Y VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS. Madrid-España; Editorial Vigo. Páginas 194-197.

- b) **La promoción de ventas:** La promoción de ventas es otra técnica muy utilizada por los destinos. Integran un amplio conjunto de incentivos a corto plazo para estimular e incitar a los consumidores a visitar un destino turístico.
- c) **Las relaciones públicas:** Las relaciones públicas proporcionan información constante y regulan a intermediarios, comunidad local, turista, prensa, sector privado, entre otros, para intentar conseguir una imagen positiva.
- d) **El patrocinio:** El patrocinio implica la entrega de dinero, u otros bienes u servicios, a una actividad o evento por el cual se transmite un derecho de explotación comercial.
- e) **Ferias, exposiciones turísticas y congresos:** Las ferias y exposiciones constituyen una forma de presentación, y en ocasiones de venta, periódica y corta duración de productos de un sector a intermediarios y prescriptores.
- f) **La venta personal:** La venta personal es la presentación oral a uno o pocos probables de los beneficios de un producto con el propósito de efectuar una venta, la venta personal está vinculada más a los agentes privados que operan en el destino turístico.<sup>5</sup>

### **Etapa 3: Selección del canal de distribución**

La distribución o canales de marketing se definen como conjunto de organizaciones interdependientes en el proceso de hacer un producto o servicio disponible para el uso o consumo. El objetivo principal del canal de distribución puede resumirse en la entrega de calidad y cantidad adecuada de un producto turístico (que se hace tangible por ejemplo, mediante billetes y catálogos), en el lugar y tiempo adecuado, con el precio adecuado y al cliente adecuado.

---

<sup>5</sup>CÁRDENAS, Fabio (2005). COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO. Determinación y Análisis de Mercados. México D.F. (México); Editorial Trillas. Páginas 185-189.

Los canales de marketing no solo realizan una labor de intermediación entre proveedores y clientes, sino que también son asesores del viaje entre los criterios a tener en cuenta en la selección de los distribuidores, estarían: la cobertura de mercado que proporcionan, el costo en que se incurre y su capacidad para generar turistas al destino. Dentro de los principales distribuidores cabría considerar el papel de los mayoristas, de las agencias de viajes minoristas y de otros distribuidores de productos y servicios turísticos.

En una primera etapa se analizan los tour operadores y agencias de viajes con representaciones en el país operan los segmentos de mercados seleccionados. Luego se realiza en cada mercado el estudio y levantamiento de los principales turoperadores que trabajan estos segmentos, para elaborar un listado de los de mayor presencia en, cada uno de los mercados. La selección de los medios más apropiados de comunicación dependerá que nuestro mensaje publicitario turístico llegue a nuestros posibles clientes potenciales.<sup>6</sup>

#### **Etapa 4: Retroalimentación**

Se diseña un sistema de encuestas del que se obtenga información sobre el grado de satisfacción del cliente y las principales sugerencias, de forma tal que el producto se encuentre permanentemente en retroalimentación.

### **1.7 Servicios turísticos**

Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación del:

#### **1.7.1 Servicio de alojamiento**

Cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.

---

<sup>6</sup>ÁLVAREZ, Ignacio; VILLENA, Eduardo; GARCERAN, Nuria. (2003). TÉCNICO EN HOTELERÍA Y TURISMO. Tomo II. Madrid-España, Editorial Cultural. Páginas 279-283.



### 1.7.1.1 Definición de alojamiento

Es todo aquel establecimiento que suministra el servicio de habitación de una forma habitual, específica y profesional, en contraprestación de una tarifa y con la posibilidad de ampliar el servicio con la manutención.

### 1.7.1.2 Tipos de alojamiento

- **Hotel.-** Es todo establecimiento que ocupa la totalidad o parte de un edificio completamente independizada, sus dependencias constituyen un todo homogéneo con entrada, ascensores y escaleras de uso exclusivo que facilita al público tanto el servicio de alojamiento como el de manutención.
- **Hotel Residencia.-** Es aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en apartamentos o cabañas ofreciendo al huésped un mínimo de servicios básicos y complementarios según su categoría y modalidad.
- **Motel.-** Es el establecimiento situado fuera del núcleo urbano y en las proximidades de las carreteras en el cual se facilita alojamiento para estancias normalmente no superiores a 24 horas en departamentos con entradas independientes desde el exterior. Se compone de dormitorios y cuartos de aseo y de garajes o cobertizos contiguos para automóviles, en este tipo de alojamientos el parqueo es siempre gratuito.
- **Pensión.-** Es aquel establecimiento que presta en forma permanentemente el servicio de alojamiento en habitaciones con servicio sanitario privado y/o común colectivo, siendo su tarifa de alojamiento periódica, diaria, mensual, quincenal o mensual.
- **Hostales.-** Generalmente son alojamientos donde encontrarás a viajeros o mochileros, particularmente alentando las actividades al aire libre y el intercambio cultural entre jóvenes de todas partes del mundo. El servicio que ofrece un hotel es el de renta de una cama en un dormitorio donde compartes baño, cocina y salón con el resto de los huéspedes.

### 1.7.1.3 Categoría de los hoteles

- **Cinco Estrellas.**-Estos hoteles de lujo se caracterizan por ofrecerte la mejor atención y la más amplia gama de servicios, que van desde espacio para piscinas, salones de gimnasia con profesores y animadores infantiles incluidos, hasta un servicio de guardería para niños, shows y eventos casi todas las noches. Tienen un espacio para las comidas y veladas con música en vivo, además de una carta desarrollada por varios chefs especializados en la gastronomía de la región.
- **Cuatro Estrellas.**-Estos hoteles están considerados de primera clase: son lujosos, con comodidades amplias como habitaciones grandes y lujosamente decoradas, que incluyen accesorios tales como secador de pelos, gel de baño y TV por cable. También ofrecen una serie de facilidades como: tienda del estilo duty free, servicio de lavandería, centro de reuniones de negocios y empresariales y centros de ocio, como mesas de billar o cartas. Suelen tener salas de conferencias para eventos empresariales o de cualquier otro tipo, además de una excelente ubicación, con suites de lujo, jacuzzi y buenas vistas panorámicas. Ideal para disfrutar tanto fuera como dentro del hotel para el viajero que busca descansar, pero también realizar actividades de todo tipo mientras se encuentra allí.
- **Tres Estrellas.**-Estos hoteles tienen un costo medio cuentan con amplios espacios en cada habitación y un mobiliario completo con sillas, mesas, armarios, televisor, teléfono privado y baños confortables. Generalmente cuentan con servicio de comidas al estilo de bares, en los horarios de mañana, tarde y noche, además de una amplia oferta turística para los viajeros mediante excursiones. La mayoría incluye el servicio de botones, servicio de cuarto 24 horas, conserjes y servicio bilingüe en el espacio designado a la recepción de los huéspedes. Son hospedajes donde puedes quedarte a disfrutar de un descanso extra gracias a sus comodidades.
- **Dos Estrellas.**- Estos hoteles de mediana categoría ofrecen baño privado y un espacio habitacional más amplio con algún mobiliario extra, como ropero o mesa y sillas. Generalmente cuentan con servicio de alimentos y

bebidas, aunque en horarios cortados y con menús básicos. Siguen siendo hoteles funcionales, para viajeros de paso o que llegan hasta el hotel solo para descansar y disfrutar su viaje fuera del hotel. Estos hoteles incluyen en su servicio un teléfono privado y el desayuno.

- **Una Estrella.-** Son los más económicos y los que menos servicios tienen, una habitación privada algunas veces con baño privado y otras con baño compartido. Son estrictamente funcionales sólo para dormir y seguir viaje y no cuentan con servicio de limpieza. Los muebles suelen ser una cama y una silla y a veces puedes llegar a encontrar un ropero, una mesa de luz y los servicios como TV y teléfono se pueden compartir en el hall central del edificio.

## **1.7.2 Servicio de alimentación**

### **1.7.2.1 Definición**

Al sector gastronómico de un establecimiento hotelero se conoce como el departamento de alimentos y bebidas A&B, abarca todo lo relacionado con el servicio gastronómico, desde su producción hasta el servicio o la venta.

Es un departamento que da uno de los mayores ingresos al hotel de manera complementaria, a la vez con habitaciones, las conferencias y reuniones en los salones destinados a este efecto son uno de los principales responsables de la alta ocupación en esta área de servicio. El departamento de alimentos & bebidas de un hotel es el área desde la cual se coordina, a diario, las operaciones del restaurante, la cocina, el departamento de banquetes, las barras, el servicio a habitaciones (roomservice) y utilería o steward.

### **1.7.2.2 Requisitos para el servicio de alimentación**

- Higiene en la manipulación, presentación y servicio.
- Seguir las normas de la alimentación equilibrada, ofreciendo menús a elegir y que sirvan como ejemplo para educar nutricionalmente.
- Tener una variedad de menús amplia, es decir, que éstos no se repitan excesivamente, además de que cuenten con la capacidad de sorprender.
- Ofrecer una presentación atractiva.
- Mantener la temperatura adecuada.

### **1.7.3 Servicio de guía**

Cuando se preste servicios de guianza turística profesional, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un lugar.

#### **1.7.3.1 Definición del servicio de guía**

"Es la persona encargada de atender y asistir, conducir e informar, supervisar y hacer cumplir lo ofrecido, y orientar al turista en su idioma durante su estadía en un país nuevo y desconocido" (MINCETUR; 2007:11). El guía de turismo en el contexto nacional (así como en muchos países que constituyen y/o contienen importantes núcleos turísticos receptores) es un profesional técnico, calificado y especializado, con un sistema de valores fortalecido y con una gran capacidad de desarrollar relaciones interpersonales, cuyas funciones principales son conducir e informar de manera planificada y organizada y veraz a grupos turísticos en destinos y / o recorridos determinados y durante lapsos establecidos.

#### **1.7.3.2 Características del guía**

El guía de turismo debe desarrollar paralelamente un sistema de valores bastante sólido y un sistema de competencias integral. Entre los principales valores

podemos destacar: honestidad, responsabilidad, solidaridad, justicia, identidad cultural, entre otros.

### 1.7.3.3 Conocimientos del guía

- **Científicos:** geográficos, históricos, arqueológicos, arquitectónicos, ecológicos, psicológicos, etc.
- **Idiomáticos:** al menos un idioma extranjero.
- **Prácticos:** rutas, horarios de servicios, clima, cambio de moneda, idiosincrasia de diversas culturas, primeros auxilios, etc.

### 1.7.3.4 Funciones principales del guía

- **Conducir la visita turística.-** Lo cual implica un conocimiento teórico y empírico del espacio físico y de las características del entorno en el que se desarrolla la visita o recorrido turístico (distancias, tiempos de recorrido, clima, tráfico, eventos masivos, etc.)
- **Brindar información.-** Sobre los puntos de interés en el recorrido y explicar el atractivo, para ello el guía debe haber adquirido de manera previa un acervo de conocimientos científicos, técnicos y populares (turismo místico, ritos y tradiciones), los cuales deben ser enfocados preferentemente – aunque no exclusivamente de manera científica.
- **Acompañamiento en almuerzos y/o cenas.-** Lo que implica que el guía de turismo debe tener una alta capacidad de establecer y mantener relaciones interpersonales.
- **Asistencia al turista.-** Implica ayudar al turista en todo lo que sea posible como por ejemplo ayudarlo a comunicarse con el camarero de un restaurante, ayudarlo a realizar una operación de cambio de moneda, prestarle los primeros auxilios en caso sea necesario, etc.
- **Orientar y asesorar al turista.-** Por ejemplo sugerirle sitios de compra, lugares donde comer, otros lugares turísticos, advertirle sobre zonas inseguras, informarle sobre costumbres locales, etc.

### **1.7.3.5 Guianza**

La guianza es la forma más germinal de unión del deporte y la cultura, pero además de esta unión tan importante entre el deporte y cultura, la guianza es una manera muy práctica y fácil de conocer y amar la naturaleza viva de nuestro país, su historia, sus costumbres, su folklore, su cultura, sus bellezas, su misterio no visto.

Existen varias técnicas de guianza que consisten en crear un itinerario que sea diseñado de manera que, por caminos, pistas, etc. Busca los pasos más adecuados, por valles, zonas de recreo, áreas de conservación, montañas, nevados, etc., que se pueda ser visitado por todo tipo de personas que buscan un interés tanto paisajístico, cultural, turístico, histórico y social.

La técnica de guiar “es el conjunto de técnicas y métodos empleados para conducir de una manera adecuada y segura a uno o varios turistas a un determinado atractivo turístico.

### **1.7.3.6 Guía profesional de turismo**

“Son guías profesionales de turismo los profesionales debidamente formados en instituciones educativas reconocidas y legalmente facultadas para ello, que conducen y dirigen a uno o más turistas nacionales o extranjeros, para mostrar, enseñar, orientar e interpretar el patrimonio turístico nacional y procurar una experiencia satisfactoria del turista durante su permanencia en el lugar visitado”.

Par el ejercicio de su actividad en el Ecuador requiere cumplir con todos los requisitos obligaciones y deberes, previstos en la ley y en el presente reglamento.

Todo guía de turismo debe ser autorizado por el Ministerio de Turismo, previo al cumplimiento de los requisitos previstos en el presente reglamento.<sup>7</sup>

#### **1.7.3.7 Interpretación**

Es la actividad de traducir el lenguaje de la naturaleza al lenguaje común de los visitantes a través de técnicas especiales de comunicación, aprovecha en forma directa de objetos y ambientes naturales y culturales, debe provocar y estimular al visitante.

#### **1.7.3.8 Comunicación**

La comunicación es un fenómeno social; un proceso de interacción social que se produce a través de símbolos y sistema de mensajes, en el cual participan un emisor (guía turístico) y un receptor (cliente, viajero, turista) los cuales pueden expresar sus diferentes puntos de vista mutuamente, un guía de turismo debe manejar un lenguaje adecuado ante el turista, la información en forma oral que aparte de ser clara también debe ser precisa, lo que se diga debe ser con originalidad y verídica.

#### **1.7.4 Servicio de transporte**

Cuando se prestan servicios de desplazamientos para los diferentes puntos de interés de los turistas.

##### **1.7.4.1 Definición de transporte**

El transporte es una actividad del sector terciario, entendida como el desplazamiento de objetos o personas de un lugar (punto de origen) a otro (punto de destino) en un vehículo (medio o sistema de transporte) que utiliza una determinada infraestructura (red de transporte).

---

<sup>7</sup> VELOZ, Ivo. Técnicas de Guianza de 2008, págs. 6 – 7.

#### 1.7.4.2 Tipos de Transportes

- **Transporte Aéreo.**-La industria aeronáutica ha creado naves cada vez más rápidas y seguras que permiten al pasajero viajar a grandes velocidades con estos nuevos aviones las compañías aéreas explotan nuevos destinos, en nuestro país tiene una gran importancia el transporte aéreo tanto en vuelos nacionales como internacionales.
- **Transporte Terrestre.**-Estos vehículos de pasajeros y mercancías que los trasladan de un punto a otro son el medio de transporte más utilizado en la actualidad, a pesar de que existen múltiples medios de transporte considerados del tipo terrestre como puede ser: el automóvil, las motocicletas, los autobuses urbanos, los minibuses, el metro desde el punto de vista turístico el principal medio es el autobús.
- **Transporte Marítimo.**- El turismo marítimo como producto turístico crece día a día desde que algunos propietarios franceses de embarcaciones comenzaron a alquilarlas como un sistema novedoso para aligerar los costes financieros y de mantenimiento dando lugar a la aparición del chárter náutico.
- **Transporte Ferroviario.**- Este medio de transporte surge a principios del siglo XVII con la aparición de las primeras locomotoras que transportaban mercancías y pasajeros de una forma rápida y segura para la época dese entonces este transporte ha evolucionado de una manera vertiginosa en la actualidad ya hablamos de trenes de alta velocidad que pueden llegar a alcanzar los 380 km/h algo impensable por aquel entonces.



## **1.8 Desarrollo turístico**

Significa que los lugares vayan creciendo de forma ordenada, con planeación, donde las inversiones se canalicen de tal manera que se vayan sumando y que en largo plazos sigan siendo exitosos.<sup>8</sup>

### **1.8.1 Épocas y etapas del desarrollo turístico**

La Edad Media acabó con el turismo incipiente, salvo si incluimos las actividades de cruzadas como la única forma posible de viajar por Europa y el Oriente Próximo en el renacimiento los señores e intelectuales humanistas redescubrieron el gusto al reposo. Los aristócratas, los ricos mercaderes y banqueros se hicieron construir residencias en el campo.

Durante muchos siglos los turistas se desplazaban a poca distancia de la ciudad y fue en el siglo XVIII cuando las familias ricas británicas mandaban a sus hijos al "gran tour" alrededor de Europa durante dos o tres años para ampliar los estudios de sus congéneres. Después de la primera guerra mundial el turismo se pudo desarrollar más ya que hubo medidas de carácter social enfocadas principalmente a los jóvenes con tal de promocionar el turismo popular. Fue no obstante el final de la segunda guerra mundial el momento de la aparición del "boom turístico", asociado con el fenómeno del turismo de masas.

Los años cincuenta con la generalización de las vacaciones pagadas, la mejora en los sistemas de transporte y el aumento de la renta per cápita en los países europeos fueron los factores que impulsaron 'hacer turismo'.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup>PEARCE, Douglas. (2007). DESARROLLO TURÍSTICO. Su Planificación y Ubicación Geográficas. México, D.F.- (México); Editorial Trillas. Página 17.

<sup>9</sup>GURRÍA, Manuel. (2006). INTRODUCCIÓN AL TURISMO. México D.F.- (México), Editorial Trillas. Páginas 11-13.

### **1.8.2 Proceso para desarrollar el turismo**

- Aplicar leyes adecuadas y apoyo efectivo.
- Dotar de infraestructura vial, terrestre, aérea, marítima, moderna para que los visitantes, realicen sus viajes plazeramente.
- Establecer precios que estén al alcance y competitivos para esta actividad económica que debe competir con otros mercados mundiales alternativos.
- Preparar al recurso humano con estudios especializados para que puedan atender a los visitantes.<sup>10</sup>

### **1.8.3 Importancia del turismo en la sociedad y economía**

- En casi todos los países del mundo el turismo representa una parte importante de su economía, como actividad económica por una parte está definido por su demanda y el consumo de los visitantes. El turismo internacional es una fuente fundamental de ingresos para muchos destinos, juntamente con algunas obligaciones.
- El turismo como sector básico y estratégico del desarrollo económico nacional ha sido él que ha contribuido sustancialmente en mejorar el ingreso de divisas, disminuir el déficit fiscal y, sobre todo, a generar nuevos empleos en el Ecuador.
- El turismo en Ecuador está tomando mucha importancia en las últimas décadas, no en vano, en 1992 se creó el Ministerio del Turismo para visualizar esta actividad y gestionarla para convertirla en una importante fuente de ingresos.<sup>11</sup>

### **1.9 Corredor turístico**

“Son las vías de conexión entre las zonas, las áreas, los complejos, los centros, los conjuntos, los atractivos turísticos, los puertos de entrada del turismo receptivo y

---

<sup>10</sup>PEARCE, Douglas. (2007). DESARROLLO TURÍSTICO. Su Planificación y Ubicación Geográficas. México, D.F.- (México); Editorial Trillas. Página 24.

<sup>11</sup>WWW.BUENASTAREAS.COM/.../Importancia...Turismo-En-La-Economía/363741

las plazas emisoras del turismo interno, que funcionan como el elemento estructurador del espacio turístico”.

Según su función se clasifican en:

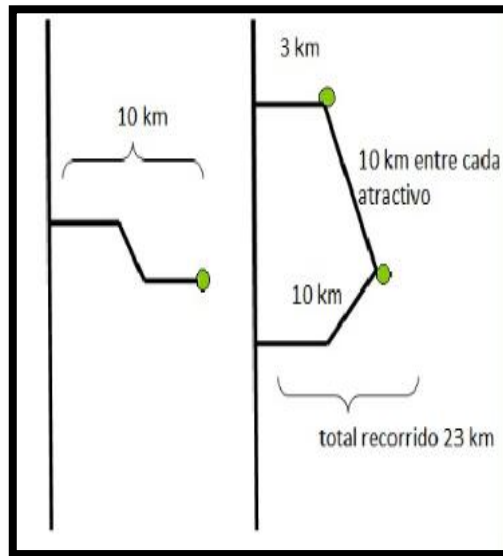
- Corredores turísticos de traslado.
- Corredores turísticos de estadía.

“Según las definiciones de área turística un corredor turístico es un espacio homogéneo en el cual por la cercana distancia de sus atractivos y servicios llegan a una natural complementariedad” (OEA).

### **1.9.1 Corredores turísticos de traslado**

Constituyen la red de carreteras y caminos de un país a través de los cuales se desplazan los flujos turísticos para cumplir con sus itinerarios, no cualquier ruta puede desempeñar satisfactoriamente como corredor turístico, aunque en América Latina en pocas ocasiones hay posibilidades de elegir, porque no es frecuente que exista más de una ruta para ir de un lugar a otro cuando ello es factible se debe seleccionar las rutas que pasan por los mejores paisajes y de ser posible que cuenten con mayor distribución lineal de atractivos a lo largo del recorrido. No importa que el camino a recorrer a través de un corredor turístico sea más largo que si se hubiera utilizado por ejemplo una súper carretera carente de cualidades paisajísticas porque se supone que la mayor parte del viaje se compensa por la posibilidad de disfrutar del trayecto conociendo nuevos paisajes.

**Figura N° 1**  
**Corredorturístico de traslado**



**Fuente:** Planificación del espacio turístico.

La idea del correo turístico se puede comprender ahora en su significado estratégico para el desarrollo del turismo, porque implica la selección de algunas rutas entre las que forman la red e todo el país para someterlas a reglamentos especiales. Pero su factibilidad requiere que la superestructura turística tome el liderazgo de esos programas y obtenga partidas presupuestarias para que funcionen las oficinas especializadas que requiere la puesta en práctica de medidas de esta naturaleza.

### **1.9.2 Corredores turísticos de estadía**

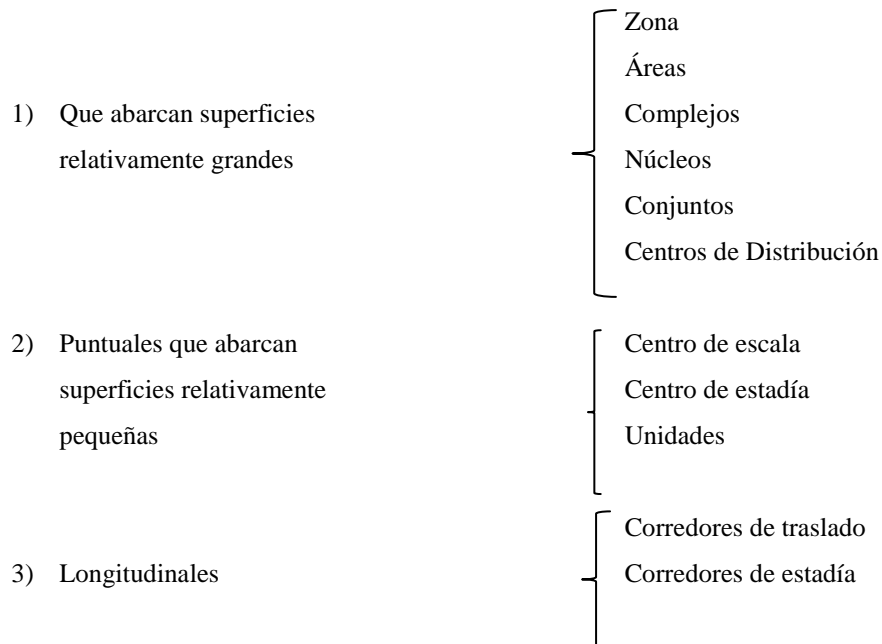
Los corredores turísticos de estadía son superficies alargadas, por lo general paralelas a las costas de mares, ríos o lagos, que tienen un ancho que no supera en sus partes más extensas a los 5km.

El largo es indeterminado porque depende de la longitud de las costas, de los lagos o de la rivera de los ríos que tienen interés turístico. Lo que distingue a un corredor de estadía de uno de traslado es:

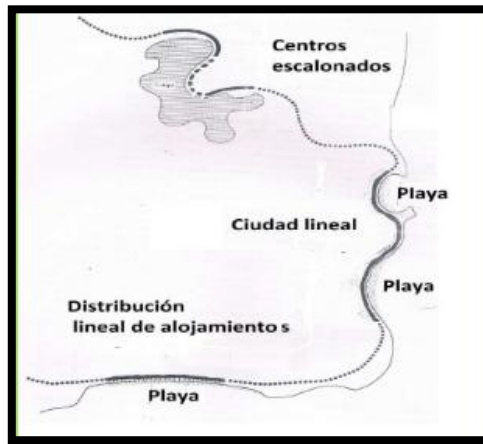
- La forma de la disposición de los atractivos.
- La forma del asentamiento de la planta turística.
- (Consecuencia de los dos anteriores) su fusión.

### 1.9.3 Relaciones entre los elementos del espacio turístico

Al comparar entre sí a los elementos que integran la teoría del espacio turístico y en virtud de sus características, en cuanto a clase de superficie que abarcan y las formas generales que adoptan, se les puede reagrupar en las categorías siguientes:



**Figura N° 2**  
**Topología corredores de estadia**



**Fuente:** Planificación del espacio turístico, 2008

Otras características del sistema es la flexibilidad de algunos elementos que lo componen, los cuales pueden evolucionar por el incremento de la planta turística hasta alzar las categorías superiores. La figura N° 2 muestra la cadena evolutiva, cuyo primer eslabón es el núcleo y el más elevado el complejo.

## CAPÍTULO II

### 2. METODOLOGÍA

#### 2.1 Tipo de estudio

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó la investigación de campo que se apoya en datos informativos que proceden de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones; además la investigación descriptiva, bajo este tipo se utiliza el método de análisis, aquí al momento de especificar un objeto de estudio a una situación específica, para de esta manera poder señalar las diferentes particularidades y propiedades que el objeto posee, con el objetivo de buscar y generar conocimientos los más próximos a la realidad es necesario realizar una recopilación de datos e información lo más útiles para la generación de nuevos conocimientos, para la cual se demandará de las siguientes técnicas de investigación:

- **La observación.-** Técnica la cual permite observar al objetivo de estudio con el fin de extraer su información y registrarla para posteriormente proceder a analizarla.
- **Investigación Documental.-** Proceso que mediante la aplicación de métodos científicos se la realiza en documentos de todo tipo para obtener información relevante que puede ser aplicada para la construcción de conocimientos.

Para el cumplimiento de la investigación se realizó la metodología acorde a cada uno de los objetivos planteados siendo estos:

##### 2.1.1 Diagnóstico situacional del corredor turístico sostenible “Las Lagunas”

Para el proceso de desarrollo de este objetivo se realizó un diagnóstico situacional del cantón Colta en los cuales se tomaron en cuenta los siguientes parámetros:

- **Ámbito Biofísicos.-** Situaciones ambientales de la zona.
- **Ámbito socio- económico.-** Características básicas de la población, servicios básicos disponibles.
- **Ámbito político institucional.-** Organización política y administrativa del cantón.
- **Ámbito turístico.-** Desarrollo existente del turismo en el área, sondeo con respecto al apoyo público y privado para el emprendimiento turístico.

Todos los datos obtenidos fueron extraídos desde su fuente dependiendo del tipo de información que se requiera y posteriormente se la proceso mediante cuadros y gráficos estadísticos para una mejor interpretación y comprensión.

### **2.1.2 Validar los atractivos del cantón Colta.**

Para el proceso de validación de los atractivos turísticos del cantón Colta de la se tomó como punto base o de partida los inventarios turísticos realizados por el Consejo Provincial de Chimborazo, la CODECH y la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Se realizó las respectivas salidas de campo con un técnico de la Corporación para el Desarrollo de los Territorios de la Cuenca de los ríos Chanchán y Chimbo (CODECH), se tomó en cuenta todos los puntos establecidos por la validación de la información en cada uno de los atractivos turísticos con sus respectivas fotografías.

### **2.1.3 Realizar el estudio de mercado para determinar la oferta y demanda potencial insatisfecha del proyecto.**

Para la realización de este estudio de mercado se realizó la aplicación de una encuesta la cual está estructurada con preguntas de tipo cerradas con el objetivo de obtener respuestas claras y concretas de las necesidades y expectativas que tienen los turistas.



Después de dicha aplicación de encuestas toda la información obtenida se recopiló en una base de datos y se la proceso pregunta por pregunta, cada una con su respectiva tabla, gráfico y su explicación.

## 2.2 Población y muestra

Para determinar el tamaño de la muestra de la presente investigación, se va a tomar en cuenta datos estadísticos proporcionados por la oficina de información turística donde se conoce que en el año 2007 ingresaron 11520 turistas.

Para obtener el tamaño total de la población de turistas que visitaron el cantón Colta se realizó proyecciones hasta el año 2012 que es de 14703, con una tasa de crecimiento turístico del 5%; de los cuales el 70% son turistas nacionales y el 30% son turistas extranjeros.

### Tamaño de la Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

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

#### Dónde:

N= 14703	Población
E= 0.05	Margen de error admisible
n = ?	Tamaño de la muestra

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

$$n = \frac{14703}{(14703 - 1)0.05^2 + 1}$$

$n = 389$  encuestados

**Tabla N° 1**  
**Segmento de turistas**

TURISTAS	NÚMERO	PORCENTAJE
Nacionales	274	70%
Extranjeros	115	30%
Total	389	100%

**Elaborado por:** Mayra Pino V.

### **Hipótesis**

Con el diseño de productos turísticos para el corredor turístico sostenible “Las Lagunas” dinamizará el sector económico, social y turístico de los habitantes de las localidades involucradas.

### 2.3 Operacionalización de las variables

**Cuadro N° 1**

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	INSTRUMENTOS
<b>INDEPENDIENTE</b> Producto turístico	El conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores. (OMT, 1998)	Bienes y servicios	Número y tipo de actividades	Encuestas Estadísticas Entrevistas Catastros
		Consumo turístico	Estadísticas Registros	
		Consumidor	Locales Regionales Nacionales Internacionales	
<b>DEPENDIENTE</b> Dinamizar el sector económico, social y turístico	Desarrollo socioeconómico, nivel de ingresos que influyen en el sistema social orientados a mejorar la calidad de vida de los seres humanos.(CEPAL)	Ingresos	Empleo Precio	Observación directa Encuestas Entrevistas Catastros
		Sistema social	Estabilidad de mercado Competitividad	
		Calidad de vida	Índices de bienestar social	

**Elaborado por:** Mayra Pino V.

## **2.4 Procedimientos**

Para la recolección de la información fue de mucha utilidad, en el diseño de productos turísticos para el cantón Colta, se aplicó encuestas a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón, con la finalidad, que esta información recolectada nos sirvió para elaborar la propuesta de nuestro trabajo de investigación.

Dicha encuesta se la aplicó con características cuantitativas ya que fue estructurada y elaborada con preguntas cerradas las cuales facilitaron la tabulación y sistematización de la información, las mismas que se direccionaron al objetivo de la investigación. (Anexo 1) (Anexo 2).

## **2.5 Procesamiento y análisis**

El procesamiento de la información recopilada en la presente investigación se hizo de la siguiente manera:

- Se realizó una revisión total de la información recogida que arrojó la investigación del trabajo.
- Una vez revisada la información se procedió a realizar una limpieza de la información defectuosa, desechando lo que no es útil para los fines de la investigación.
- En lo referente a la formulación de las encuestas se realizó su respectiva tabulación mediante la ilustración gráfica, sea esta en pasteles o barras, este método nos permitirá tener una información ordenada y clara del trabajo realizado.
- Recopilada la información y realizada la tabulación se efectuó un estudio estadístico, y un análisis e interpretación de los resultados de una manera objetiva.
- Una vez realizado el plan de procesamiento de la información se propuso las conclusiones y recomendaciones que surgieron de la investigación.

## **CAPÍTULO III**

### **3. RESULTADOS**

#### **3.1 Diagnóstico situacional**

##### **3.1.1 Cantón Colta**

El cantón Colta tiene como cabecera cantonal la ciudad de Cajabamba formada por dos parroquias urbanas Cajabamba y Sicalpa denominadas Villa la Unión, asentada en lo que fue la antigua ciudad de Riobamba, a los pies del histórico cerro Cullca y al norte de los que fue la antigua Liribamba; formada por las cuencas de los ríos Sicalpa y Cajabamba.

##### **3.1.2 Ubicación**

Colta se encuentra al noroccidente de la provincia de Chimborazo, apenas a 18 km de la ciudad de Riobamba y a 206 km de Quito la capital de la República del Ecuador.

##### **3.1.3 Límites**

Norte: cantón Riobamba (parroquias San Juan – Licán).

Sur: cantón Pallatanga y Guamote.

Este: cantones Riobamba (parroquias Cacha, Punín, Flores) y Guamote (parroquia Cebadas).

Oeste: provincia de Bolívar.

### **3.1.4 Ámbito biofísico**

**Características del lugar:** El clima es frío, seco con temperaturas que promedian los 13 grados. Villa La Unión más conocida como Cajabamba o Colta está a 3.280 m.s.n.m. Al pie de las faldas orientales del Cullca, que en el mismo año de 1797 enterró a los barrios aristocráticos de la antigua Riobamba.

Asentada a los pies del histórico cerro Cushca y al norte del Valle de la Antigua Liribamba formada por las cuencas de los ríos Sicalpa y Cajabamba con una altitud de 3.180 m.s.n.m.

Por su ubicación y extensión el cantón Colta posee una variedad de microclimas dependiendo la altura.

Temperatura media es de 6 a 20° C, precipitación promedio anual 250 a 100 mm/año, humedad relativa: 73%.

Las zonas que presentan menor grado de pendiente son en donde se asientan las principales poblaciones del cantón así tenemos el valle central (zona que comprende Cajabamba y Sicalpa) la planicie de Majipamba (Balbanera, Laguna de Colta, Santiago de Quito y comunidades aledañas) todos estos entre los 3180 a 3400 m.s.n.m.

### **3.1.5 Aspectos socio – económicos**

Los habitantes del cantón Colta son en un 70% de raza indígena y el 30% restante son mestizos.

El idioma predominante es el kichwa especialmente entre las mujeres, los jóvenes y adultos son bilingües.

La religión dominante aún es la católica, existiendo un 40% de evangélicos, siendo más evidente en el sector rural.

- **Características básicas de la población:**

**Tabla N° 2**  
**Habitantes del cantón**

<b>Género</b>	<b>N°</b>	<b>Porcentajes</b>
Hombres	21.642	48%
Mujeres	23.329	52%
<b>Total</b>	<b>44.971</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** INEC – Censo 2010

**Elaborado por:** Mayra Pino V.

- **Principales cultivos y producción**

Sus principales cultivos son: papas, cebada, trigo, habas, chochos, arveja, toda clase de hortalizas; en el clima cálido se cultiva maíz, frutas, pastizales, etc.

La producción pecuaria en esta comunidad está caracterizada principalmente por la cría de ganado ovino, seguido del vacuno, porcino, cuyes, conejos y asnos respectivamente. Los animales menores como cuyes y conejos son casi exclusivamente para el autoconsumo, los utilizan para consumirlos en las siembras, cosechas y fiestas, por lo que no tienen mucho interés en tecnificar su producción.

- **Vestimenta**

En la parte urbana de acuerdo a las condiciones económicas y la clase social la vestimenta consistía en:

**Hombres:** Los hombres utilizan el poncho de lana rojo con líneas negras, sombrero amestizado, pantalón azul marino o negro y camisa blanca, además de accesorios como anillos de oro y bronce, alpargatas de caucho, botas, zapatos de suela u otros.

### **Fotografía N° 1**

#### **Vestimenta hombres**



**Mujeres:** Las mujeres utilizan anacos de poliéster, paño o casimir dependiendo de la comunidad de donde son originarias la cual se la sujetan con una faja o “chumbi” que también la usan para amarrarse el pelo, una bayeta o reboso para sujetarse el pecho y como accesorios collares o pulseras de color rojo, blanco, azul, verde, es decir un verdadero desfile de colores llamativos, en la espalda una shigra, algunas usan alpargatas y otras andan descalzas.

### **Fotografía N° 2**

#### **Vestimentamujeres**





- **Gastronomía**

Entre los principales platos que consumen tenemos: colada de haba, maíz, arveja, sopa de granos, locro de papas, de ocas, melloco, brócoli, de col, de nabo, arroz de cebada, habas tiernas, papas hervidas acompañadas de achiote molido en piedra, machica con manteca de chanco o con dulce, en las fiestas degustan: papas con cuy, locro de cuy, hornado con tortillas de papa, caldo de mondongo, yaguar locro y para beber la horchata que es arroz de cebada con dulce o chicha de avena servido en un pilche de barro.

### **Migración.**

Según la información del diagnóstico participativo 2010, el 50% de la población ha migrado debido a la baja producción agrícola en busca de nuevas fuentes de empleo con el fin de mejorar la calidad de vida de sus familias y también por motivos de estudio. El fenómeno migratorio se ha acentuado en los últimos años en las parroquias de Santiago de Quito y Sicalpa en las cuales se encuentra ubicada la laguna de Colta siendo los destinos preferidos por las familias y personas que han salido a ciudades como Guayaquil, Milagro, Machala, entre otras del Ecuador y en otros países como Venezuela, Colombia y España.

**Tabla N° 3**  
**Migración**

<b>Género</b>	<b>N°</b>	<b>Porcentajes</b>
Hombres	246	67%
Mujeres	122	33%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Censo – INEC 2010

**Elaborado por:** Mayra Pino V

- **Educación**

**Tabla N° 4**

**Educación**

<b>Establecimiento</b>	<b>N°</b>	<b>Porcentaje</b>
Fiscal	14937	95%
Particular	691	4%
Fiscomisional	106	1%
Municipal	24	0%
<b>Total</b>	<b>15758</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** INEC - 2010

**Elaborado por:** Mayra Pino V.

**Servicios Básicos Disponibles.**

- **Dispensarios de salud.**

El cantón Colta cuenta con un hospital que funciona desde hace 39 años el nombre es Dr. Publio Escobar Gómez que cuenta con los siguientes servicios: ginecología, consulta externa, hospitalización, pediatría, cirugía, banco de vacunas, odontología, laboratorio, farmacia, rayos X, enfermería, vigilancia sanitaria, estadística, lavandería, cocina, administrativo (director, secretaría, contador, jefe del personal).

- **Vías.**

Cuenta con vías de comunicación de buen nivel, la más importante arteria es la panamericana sur que atraviesa de norte a sur, enlazando las poblaciones de los cantones de Colta con Pallatanga y Guayas; el otro ramal se enlaza con los cantones Guamote, Alausi y Cuenca, además contamos con la línea del ferrocarril que atraviesa por el cantón comunicando a los principales pueblos que ahí se

asientan, este medio de comunicación nos permite enlazarnos con las provincias de Chimborazo al norte y al sur con la provincia del Guayas.

- **Energía Eléctrica**

**Tabla N° 5**  
**Procedencia de luz eléctrica**

<b>Procedencia</b>	<b>N°</b>	<b>Porcentaje</b>
Red de empresa eléctrica (servicio público)	12173	85%
Panel Solar	1	0%
Generador de Luz (planta eléctrica)	7	0%
Otros	21	0%
No tienen	2186	15%
<b>Total</b>	<b>14388</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** INEC - 2010

**Elaborado por:** Mayra Pino V.

- **Transporte**

**Tabla N° 6**  
**Cooperativas de transporte**

<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>HORARIOS</b>
Cooperativa de transporte Colta	Riobamba, Cajabamba, Sicalpa Viejo, Milagro, San Carlos, Huigra, Chillanes, Aluasí, Quito y Guayaquil	Turnos diarios cada 30 minutos.
Cooperativa de transporte Ñuca LLacta	Riobamba, Cajabamba, Columbe, Santiago de Quito, Tixán, Alausí, Pallatanga, Chillanes, Guayaquil	Turnos diarios cada 15 minutos.
Transporte Guamote	Riobamba, Cajabamba y Guamote	Turnos diarios cada 15 minutos.
Cooperativa de transporte Llinllín	Yunguilla, Pallaganta, Alausí, Totoras y Simiatug de la Prov. de Bolívar.	Turnos diarios cada 15 minutos.

**Fuente:** Diagnóstico realizado en el Cantón Colta

**Elaborado por:** Mayra Pino Velasco.

- **Distancias**

**Tabla N° 7**

**Distancias**

<b>COLTA</b>	<b>DISTANCIA (km)</b>
Riobamba (Chimborazo)	18 km.
Quito (Pichincha)	206 km.
Cuenca (Azuay)	233 km.
Guayaquil (Guayas)	208 km.

**Elaborado por:** Mayra Pino V.

- **Comunicaciones.**

Tiempos atrás no se lo consideraba como un servicio básico pero en la actualidad con el avance de la tecnología ya no se lo considera un lujo sino una necesidad de comunicación de todos los rincones del Ecuador, pero en cantones que se encuentran alejados de sus capitales provinciales es muy paulatino el acceso a este servicio además la telefonía móvil está presente con las principales operadoras CNT, Movistar y Claro.

**Tabla N° 8**

**Telefoníaconvencional**

<b>Telefonía Convencional</b>	<b>N°</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	743	5%
No	13682	95%
<b>Total</b>	<b>14425</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** INEC - 2010

**Elaborado por:** Mayra Pino V.

**Tabla N° 9**  
**Telefonía móvil**

<b>Telefonía Móvil</b>	<b>N°</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	5255	36%
No	9170	64%
<b>Total</b>	<b>14425</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC – 2010

Elaborado por: Mayra Pino V.

- **Servicio Higiénico.**

**Tabla N° 10**  
**Serviciohigiénico**

<b>Servicio Higiénico</b>	<b>N°</b>	<b>Porcentaje</b>
Conectado a red pública de alcantarillado	1602	11%
Conectado a pozo séptico	2880	20%
Conectado a pozo ciego	4431	31%
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	72	0%
Letrina	2300	16%
No tiene	3103	22%
<b>Total</b>	<b>14388</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC - 2010

Elaborado por: Mayra Pino V.

- **Vivienda.**

Las casas comunes en esta zona consiste de un patio central donde se desarrolla as actividades sociales de la familia, un huerto pequeño y una choza que sirve de bodega, siempre con un portón adornado para el ingreso directo de la vivienda, la arquitectura de las casas de los indígenas casi ha desaparecido, éstas eran chozas de piedra, adobe, cancagua y chaguarqueros, cubiertas de paja o teja, en algunas

zonas estaban enclavadas en el sueño con techo redondeado de paja y con una puerta principal al frente, en la zona abundan las casas con paredes de adobe y con techo de teja o zinc.

### Fotografía N° 3

#### Vivienda



- **Procedencia del Agua.**

**Tabla N° 11**

#### Procedencia del agua

Procedencia	N°	Porcentaje
De red pública	5931	41%
De pozo	3122	22%
De río, vertiente, canal	4517	31%
De carro repartidor	17	0%
Otros (agua, lluvia,	801	6%
<b>Total</b>	<b>14388</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC - 2010

Elaborado por: Mayra Pino V.

- **Principal combustible o energía para cocinar**

**Tabla N° 12**

**Principal combustible o energía para cocinar**

<b>Energía para cocinar</b>	<b>N°</b>	<b>Porcentaje</b>
Gas (tanque o cilindro)	6715	60%
Gas centralizado	1	0%
Electricidad	4	0%
Leña, carbón	4391	39%
Residuos vegetales y/o de animales	82	1%
No cocina	68	0%
<b>Total</b>	<b>11261</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC - 2010

Elaborado por: Mayra Pino V.

- **Eliminación de basura.**

**Tabla N° 13**

**Eliminación de basura**

<b>Eliminación</b>	<b>N°</b>	<b>Porcentaje</b>
Por carro recolector	3912	27%
Arrojan en terreno baldío o quebrada	1267	9%
La queman	7937	55%
La entierran	1111	8%
La arrojan al río o canal	117	1%
De otra forma	44	0%
<b>Total</b>	<b>14388</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC - 2010

Elaborado por: Mayra Pino V.

### **3.1.6Ámbito político –institucional**

- **Estructura política del cantón**

El concejo cantonal de Colta está integrado por un alcalde y siete concejales todos quienes fueron nombrados de una elección popular, siendo el alcalde su máximo representante ante su pueblo.

Dicho grupo de personas están encargadas de dirigir, planificar, ejecutar acciones, las cuales están orientadas para el beneficio y desarrollo del cantón.

El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Colta es una entidad seccional independiente que tiene personería jurídica de derecho público, con patrimonio propio y su principal función es la atención de las necesidades de la población, de las parroquias urbanas, rurales y sus comunidades.

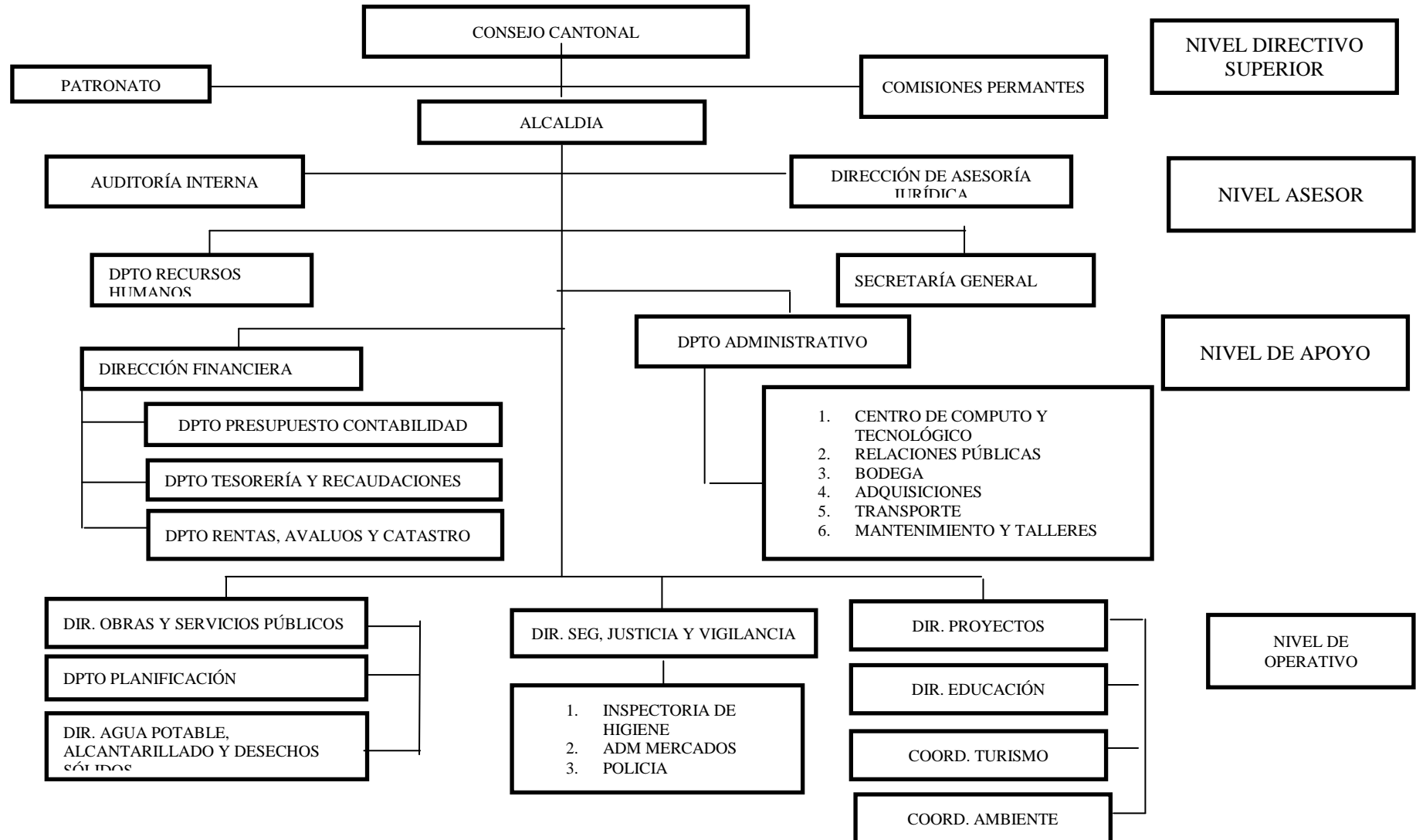
Dentro de las principales funciones del Consejo Cantonal están:

- Legalizar y fiscalizar.
- Crear, modificar, revisar o eliminar ordenanzas.
- Crear, modificar o eliminar impuestos.
- Cubrir la mayor cantidad de necesidades de servicios básicos de la población.



**Cuadro N° 2**

**Organigrama estructural del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Colta**



### **3.1.7 Ámbito turístico.**

- **Desarrollo actual del turismo en la zona.**

El turismo es una de las fuentes alternativas de desarrollo económico hoy en la actualidad, tomando en cuenta que es una de las actividades más sustentables para mejorar la vida económica y social del cantón.

Hoy en la actualidad el apoyo por parte de las entidades públicas y privadas hacia la comunidad es muy escasa, es decir no existen productos turísticos los cuales permitan el uso racional de los recursos naturales y culturales existentes en la zona, razón por la cual hemos visto la necesidad de fomentar esta actividad a través de diseñar productos turísticos el cual ayudará a mejorar el desarrollo económico y social de la comunidad, creando fuentes alternativas de trabajo.

- **Oferta del cantón Colta**

- El cantón Colta cuenta con 18 establecimientos de alimentación los cuales sirven en su mayoría el menú del día, además se cuenta con 2 establecimientos que brindan el servicio de hospedaje con una capacidad de 70 pax.
- Además se cuenta con una asociación Kulta Kucha conformada por las comunidades aledañas a la laguna de Colta, las mismas que prestan servicio como alimentación, venta de artesanías los días domingos, alquiler de botes inflables para paseos junto a la laguna de Colta todos los días el precio del alquiler es de \$1.00 la media hora por persona.
- La Universidad JatunYachayWasi donde forman en las áreas de medicina andina, construcción andina, está ubicada junto a la estación del tren de Balbanera, aquí se realizan rituales ancestrales y se vende medicamentos naturales.

- Se cuenta con una asociación de artesanos ubicados junto a la Iglesia de Balbanera, donde se ofertan artesanías en tagua, lana de borrego, llama y alpaca, pinturas de Tigua.
- Se ha formado alrededor de 20 guías nativos, de los cuales 3 son activos y laboran dentro de la asociación Kulta Kucha, Asociación de artesanos y como maestro en el colegio de ecoturismo Santiago de Quito.
- **Análisis del apoyo público y privado.**

Actualmente cantón Colta tiene una gran predisposición de trabajar conjuntamente ya sea con el sector público o privado de la provincia, logrando así de esta manera poder alcanzar un mejor desarrollo económico y social para toda la gente del cantón.

Entre las principales organizaciones involucradas tenemos:

- **Ministerio del Ambiente**
- **Ministerio de Turismo**
- **UNICEF** (Fondo de las Naciones Unidas para la infancia)
- **MIDUVI** (Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda)
- **DINCE** (Dirección Nacional de Servicios Educativos)
- **BANCO DEL ESTADO**
- **MIES** (Ministerio de Inclusión Económica y Social)
- **INNFA.** (Instituto Nacional de la Niñez y la Familia) encargada de brindar servicios en temas de desarrollo psico – físico en niños.
- **MAGAP.** (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Chimborazo.

## 3.2 Validación de atractivos turísticos

### 3.2.1 Cantón Colta

**Cuadro N° 3** Parroquia Sicalpa y Cajabamba (Villa la Unión)

<b>Latitud:</b> 1° 41' S 78° 48' O <b>Altitud:</b> 2850 - 3200 <b>Extensión:</b> 194, 4 Km.		<b>Temperatura media:</b> 10 -12 <b>Pluviosidad:</b> 1000- 1500 <b>Climas:</b> Bosque Seco Montano Bajo			
<b>Atractivo</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Jerarquía</b>	
Vertientes Cunucpogyo	Sitio Natural	Agua Subterránea	Aguas Termales	II	
Cerro Cushca	Sitio Natural	Montaña	Cerro	II	
San Lorenzo de Sicalpa	M. Cultural	Históricas	Arquitectura Religiosa	II	
Santo Cristo	M. Cultural	Históricas	Arquitectura Religiosa	II	
Nuestra Sra. de las Nieves	M. Cultural	Históricas	Arquitectura Religiosa	III	
Iglesia Balbanera	M. Cultural	Históricas	Arquitectura Religiosa	III	
Hacienda Colonial	M. Cultural	R. Técnicas y Científicas	Arquitectura e Ingeniería	II	
Museo Histórico	M. Cultural	Históricas	Museo Histórico	I	
Casa Maldonado	M. Cultural	R. Técnicas y Científicas	Arquitectura e Ingeniería	II	
Ruinas de la Merced	M. Cultural	Históricas	Sitios Arqueológicos	II	
Ruinas de San Francisco	M. Cultural	Históricas	Sitios Arqueológicos	II	
Parque José Orozco	M. Cultural	R. Técnicas y Científicas	Parque de Recreación	I	
Plaza Cultural J.V	M. Cultural	Acontecimientos Programados	Eventos Culturales	II	
Iglesia San Sebastian	M. Cultural	Históricas	Arquitectura Religiosa	II	

## 1. Atractivo “Vertientes de Cunucpogyo”

### 1. DATOS GENERALES

1.1 FICHA N° 1

1.7 FECHA:

1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.

1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.

1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: **VERTIENTES DE CUNUCPOGYO**

1.5 CATEGORÍA: Sitios Naturales

1.6 TIPO: Aguas Subterráneas

1.8 SUBTIPO: Aguas termales



### 2. UBICACIÓN

2.1 PROVINCIA: Chimborazo.

2.2 CANTÓN: Colta.

2.3 PARROQUIA: Sicalpa (Villa la Unión)

### 3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Riobamba  
DISTANCIA: 18 Km.

3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote  
DISTANCIA: 25 Km.

### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:

4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 3200 PLUVIOSIDAD(m.m): 250 - 1000 TEMPERATURA(°C): 6 - 15

4.2 DESCRIPCIÓN: Aguas termales subterráneas, de color pardo, tibias, semi transparentes en la cual ha sido construida las lavanderías las mismas que son utilizadas por la población del barrio.

### 5. USOS.

Lugar al cual acuden a lavar su ropa, y desaguar los chochos. Se piensa utilizar para filtrar agua en las piscinas del complejo turístico del sector.

### 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

6.1 ALTERADO **X** 6.2 NO ALTERADO 6.3 CONSERVADO 6.4 DETERIORADO 6.5 EN PROCESO DE DETERIORO 6.6 CAUSAS: Por construir las lavanderías sus aguas son contaminadas con detergentes, basuras.

### 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANS.	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado	X			Bus	X				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Automóvil	X				
	Empedrad				4x4	X				365
	Sendero				Tren					

Horarios: Preferencia la mañana y poco la tarde.

### 8. FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación							2	30		
Esparcimiento							3	20		

Otros:

### 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 AGUA: Potable  Entubada  Tratada  De pozo  No existe  Otros.....

9.2. ENERGIA ELECTRICA: Sist. Interconectado  Generador  No existe   
Otros.....

9.3. ALCANTARILLADO: Red pública  Pozo ciego  Pozo séptico  No existe   
Otros.....

### 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

- Laguna de Colta a 1.200 m.
- Plaza I. Juan de Velasco: 800 m.

### 11. POSICIONAMIENTO:

Local   
Provincial   
Nacional   
Internacional

## 2. Atractivo “Cerro Cushca”

### 1. DATOS GENERALES

1.1 FICHA N° 2

1.7 FECHA:

1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.

1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.

1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: **CERRO CUSHCA**

1.5 CATEGORÍA: Sitio Natural

1.6 TIPO: Montaña

1.8 SUBTIPO: Cerro



### 2. UBICACIÓN

2.1 PROVINCIA: Chimborazo.

2.2 CANTÓN: Colta.

2.3 PARROQUIA: Sicalpa (Villa la Unión)

### 3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Riobamba  
DISTANCIA: 18 Km.

3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote  
DISTANCIA: 25 Km.

### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:

4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 3250

PLUVIOSIDAD(m.m): 250 -1000

TEMPERATURA(°C): 6 - 15

4.2. DESCRIPCIÓN: Es una pequeña montaña de aproximadamente 500 metros, a poca distancia de la cabecera cantonal. Esta erosionado, por lo que existe deslizamientos de tierra, poca vegetación podemos observar en el lugar, entre la fauna se puede observar golondrinas, mirlos y gorriones.

### 5. USOS

Este cerro con el cataclismo del 4 de febrero de 1797, se vino abajo sepultando así a la antigua Riobamba. Hoy en día sirve como mirador natural para poder divisar el panorama de la cabecera cantonal y la Laguna de Colta.

### 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

6.1 ALTERADO

6.2 NO ALTERADO

6.3 CONSERVADO

6.4

DETERIORADO X

6.5 EN PROCESO DE DETERIORO

6.6 CAUSAS: Acumulación de excrementos de palomas en el interior, y sobre todo en las dos torres que están inconclusas

<b>7. ENTORNO</b>										
7.1 CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> 7.2 DETERIORADO 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO 7.4 CAUSAS:										
<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:</b>										
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Empedrad		<input checked="" type="checkbox"/>		4x4	<input checked="" type="checkbox"/>				Jueves y domingos.
	Sendero				Tren					
Horarios: Los jueves a las 7pm. y los domingos de 11am a 7pm.										
<b>9. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>										
SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación							2	30		
Esparcimiento							3	20		
<b>Otros:</b>										
<b>10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>										
10.1. AGUA: Potable <input checked="" type="checkbox"/> Entubada Tratada De pozo No existe Otros.....										
10.2. ENERGIA ELECTRICA: Sist. Interconectado <input checked="" type="checkbox"/> Generador No existe Otros.....										
10.3. ALCANTARILLADO: Red pública <input checked="" type="checkbox"/> Pozo ciego Pozo séptico No existe Otros.....										
<b>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:</b>						<b>12. POSICIONAMIENTO:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Parque José Orozco: 2 ½ Km</li> <li>➤ Ruinas de San Francisco: 2 ½ Km.</li> </ul>						Local Provincial Nacional <input checked="" type="checkbox"/> Internacional				



### 3. Atractivo “I. San Lorenzo de Sicalpa”

#### 1. DATOS GENERALES

1.1 FICHA Nº 3

1.7 FECHA:

1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.

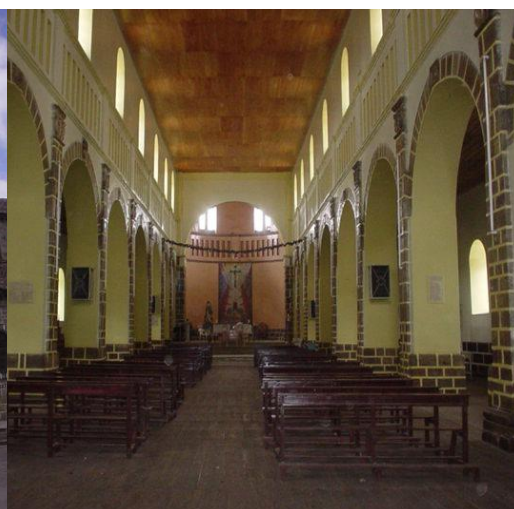
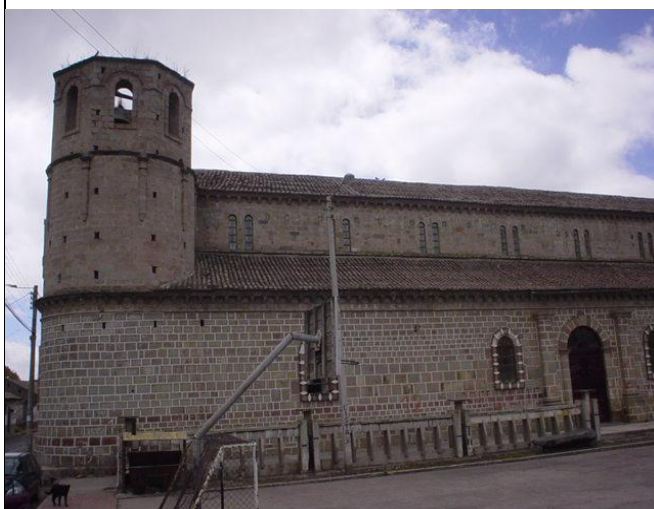
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.

1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: **SAN LORENZO DE SICALPA**

1.5 CATEGORÍA: M. Culturales

1.6 TIPO: Históricas

1.8 SUBTIPO: A. Religiosa



#### 2. UBICACIÓN

2.1 PROVINCIA: Chimborazo.

2.2 CANTÓN: Colta.

2.3 PARROQUIA: Sicalpa (Villa la Unión)

#### 3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Riobamba  
DISTANCIA: 18 Km.

3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote  
DISTANCIA: 25 Km.

#### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:

4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 3200 PLUVIOSIDAD(m.m): 250 -1000  
6 – 15

TEMPERATURA(°C):

4.2. DESCRIPCIÓN: Imponente templo que iniciaron los Sacerdotes franciscanos, ubicado en el barrio del mismo nombre, de estilo colonial construido con piedra, adobe, ladrillo en los pisos, madera en la cubierta y teja en los techos, en el interior encontramos el altar mayor con Jesús crucificado.

5. **USOS:** Templo inconcluso construido 1907 y su terminación fue en 1950, en los dos últimos años está siendo reconstruida gracias a recaudaciones de sus fieles.

#### 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

6.1 ALTERADO

6.2 NO ALTERADO

6.3 CONSERVADO 6.4

DETERIORADO X

6.5 EN PROCESO DE DETERIORO

6.6 CAUSAS: Acumulación de

excrementos de palomas en el interior, y sobre todo en las dos torres que están inconclusas.

**7. ENTORNO**  
 7.1 CONSERVADO  7.2 DETERIORADO 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO 7.4 CAUSAS:

**8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Empedrad		<input checked="" type="checkbox"/>		4x4	<input checked="" type="checkbox"/>				Jueves y domingos.
	Sendero				Tren					

Horarios: Los jueves a las 7pm. y los domingos de 11am a 7pm.

**9. FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación							2	30		
Esparcimiento							3	20		

Otros:

**10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

10.1. AGUA: Potable  Entubada Tratada De pozo No existe Otros.....

10.2. ENERGIA ELECTRICA: Sist. Interconectado  Generador No existe  
 Otros.....

10.3. ALCANTARILLADO: Red pública  Pozo ciego Pozo séptico No existe  
 Otros.....


**11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:**

- MuseoHistórico: 130 m
- Ruinas de San Francisco: 120 m.

**12. POSICIONAMIENTO:**

- Local
- Provincial
- Nacional
- Internacional

#### 4. Atractivo “Iglesia de Santo Cristo”

<p><b>1. DATOS GENERALES</b></p> <p>1.1 FICHA N° 4 <span style="float: right;">1.7 FECHA:</span></p> <p>1.3 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.</p> <p>1.4 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.</p> <p>1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: <b>IGLESIA DE SANTO CRISTO</b></p> <p>1.6 CATEGORÍA: M. Culturales <span style="float: right;">1.8 SUBTIPO: A. Religiosa</span></p> <p>1.7 TIPO: Históricas</p>	
	
<p><b>2. UBICACIÓN</b></p> <p>2.1 PROVINCIA: Chimborazo.</p> <p>2.2 CANTÓN: Colta.</p> <p>2.3 PARROQUIA: Sicalpa (Villa la Unión)</p>	<p><b>3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b></p> <p>3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Riobamba. DISTANCIA: 18 Km.</p> <p>3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamate. DISTANCIA: 26 Km.</p>
<p><b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 3200 <span style="float: right;">TEMPERATURA(°C): 6 – 15</span>          PLUVIOSIDAD(m.m): 250 - 1000</p> <p>4.2 DESCRIPCIÓN: Ubicada en el barrio Santo Cristo, su fachada es de piedra calcárea, adobe, cubierta de caña brava y teja. Se encuentran varias piedras que forman un muro de contención de la antigua ciudad de Riobamba. En su interior encontramos al señor del Buen viaje, patrono de la localidad.</p>	
<p><b>5. USOS:</b> Uno de los primeros templos católicos construidos en la época colonia, en la cual se lleva a cabo actos litúrgicos durante todo el año.</p>	
<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>6.1 ALTERADO    6.2 NO ALTERADO    6.3 CONSERVADO    6.4 DETERIORADO    6.5 EN PROCESO DE DETERIORO <b>X</b>    6.6 CAUSAS: Están reconstruyendo el techo</p>	

**7. ENTORNO**

7.1 CONSERVADO    7.2 DETERIORADO    7.3 EN PROCESO DE DETERIORO **X**  
 7.4 CAUSAS: Arrojo de basura y malas hierbas.

**8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
Terrestre	Asfaltado				Bus	<b>x</b>				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Automóvil	<b>x</b>				
	Empedrad	<b>x</b>			4x4	<b>x</b>				Domingos y días festivos en junio
	Sendero				Tren					

Horarios: Por la mañana.

**9. FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación							2	30		
Esparcimiento							3	20		



**Otros:**

**10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

10.1. AGUA: Potable **x** Entubada    Tratada    De pozo    No existe    Otros.....  
 10.2. ENERGIA ELECTRICA:    Sist. Interconectado **x**    Generador    No existe  
 Otros.....  
 10.3. ALCANTARILLADO:    Red pública **x**    Pozo ciego    Pozo séptico    No existe  
 Otros.....

<p><b>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mercado Central: 800 m.</li> <li>➤ Plaza I. Juan de Velasco: 750 m.</li> <li>➤ Museo Histórico: 500 m.</li> </ul>	<p><b>12. POSICIONAMIENTO:</b></p> <p>Local          Provincial <b>X</b>          Nacional          Internacional</p>
---	---

## 5. Atractivo “Iglesia de la Santísima Virgen de las Nieves”

<p><b>1. DATOS GENERALES</b></p> <p>1.1 FICHA Nº 5 <span style="float: right;">1.7 FECHA:</span></p> <p>1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.</p> <p>1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.</p> <p>1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: <b>IGLESIA VIRGEN DE LAS NIEVES</b> 1.5 CATEGORÍA: M. Culturales</p> <p>1.6 TIPO: Históricas <span style="float: right;">1.8 SUBTIPO: A. Religiosa</span></p>	
	
<p><b>2. UBICACIÓN</b></p> <p>2.1 PROVINCIA: Chimborazo.</p> <p>2.2 CANTÓN: Colta.</p> <p>2.3 PARROQUIA: Sicalpa (Villa la Unión)</p>	<p><b>3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b></p> <p>3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Riobamba DISTANCIA: 19 ½ Km.</p> <p>3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote DISTANCIA: 27 ½ Km.</p>
<p><b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 3200 <span style="float: right;">TEMPERATURA(°C): 6 - 15</span>          PLUVIOSIDAD(m.m): 250 - 1000</p> <p>4.2 DESCRIPCIÓN: De estilo colonial construida en 1530, de piedra, adobe, ladrillo, carrizo, cubierta de teja, en su interior encontramos imágenes y sobre todo catacumbas con restos de sacerdotes de esa época.</p>	
<p><b>5. USOS:</b> Conocida como Archibasílica debido a que era la más grande del sector, la misma que fue destruida por el terremoto de 1797, a excepción de la imagen de la virgen que se venera actualmente en la iglesia de San Lorenzo. La patrona de la iglesia y la comunidad es la Santísima Virgen de las Nieves.</p>	
<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>6.1 ALTERADO <span style="margin-left: 100px;">6.2 NO ALTERADO</span> <span style="margin-left: 100px;">6.3 CONSERVADO X</span> <span style="margin-left: 100px;">6.4</span>          DETERIORADO <span style="margin-left: 100px;">6.5 EN PROCESO DE DETERIORO</span> 6.6 CAUSAS:</p>	

**7. ENTORNO**7.1 CONSERVADO 7.2 DETERIORADO 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO **X**

7.4 CAUSAS: Se encuentra a su alrededor basura y malas hierbas.

**8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado				Bus	<b>X</b>				DÍAS AL AÑO
	Lastrado		<b>x</b>		Automóvil	<b>X</b>				
	Empedrad				4x4	<b>X</b>				domingos y días festivos en Agosto
	Sendero				Tren					

Horarios: 9 a.m.

**7 FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación							2	30		
Esparcimiento							3	20		

**Otros:****8 INFRAESTRUCTURA BÁSICA**8.1. AGUA: Potable Entubada **x** Tratada De pozo No existe Otros.....8.2. ENERGIA ELECTRICA: Sist. Interconectado **x** Generador No existe

Otros.....

8.3. ALCANTARILLADO: Red pública Pozo ciego **x** Pozo séptico No existe

Otros.....

**9 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:**

- Iglesia de Santo Cristo: 1 Km.
- Ruinas del barrio la merced: 1 ½ Km.

**10 POSICIONAMIENTO:**

Local  
 Provincial **x**  
 Nacional  
 Internacional



## 6. Atractivo “Iglesia de Balbanera”

<p><b>1. DATOS GENERALES</b></p> <p>1.1 FICHA Nº 6 <span style="float: right;">1.7 FECHA:</span></p> <p>1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.</p> <p>1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.</p> <p>1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: IGLESIA DE BALBANERA</p> <p>1.5 CATEGORÍA: M. Culturales</p> <p>1.6 TIPO: Históricas <span style="float: right;">1.8 SUBTIPO: A. Religiosa</span></p>	
	
<p><b>2. UBICACIÓN</b></p> <p>2.1 PROVINCIA: Chimborazo.</p> <p>2.2 CANTÓN: Colta.</p> <p>2.3 PARROQUIA: Sicalpa (Villa la Unión)</p>	<p><b>3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b></p> <p>3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Riobamba DISTANCIA: 20 Km.</p> <p>3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote DISTANCIA: 23 Km.</p>
<p><b>4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 3308 <span style="margin-left: 100px;">PLUVIOSIDAD(m.m): 1000 – 1500</span></p> <p>TEMPERATURA(°C): 10 – 12</p> <p>4.3 DESCRIPCIÓN: Ubicada a pocos metros antes de la Laguna de Colta, de estilo colonial construida en 1534, su fachada es de piedra calcárea con tallados simples. Tiene una plaza cultural que sirva para concentraciones indígenas, teniendo como testigo al Chimborazo.</p>	
<p><b>5 USOS:</b> Iglesia edificada en honor a la Virgen María Natividad de Balbanera de España, a la cual acuden feligreses y turistas todos los días sobre todo el mes de septiembre.</p>	
<p><b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>6.1 ALTERADO    6.2 NO ALTERADO    6.3 CONSERVADO X    6.4 DETERIORADO    6.5 EN PROCESO DE DETERIORO    6.6 CAUSAS:</p>	

**7 ENTORNO**  
 7.1 CONSERVADO 7.2 DETERIORADO 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO **X**  
 7.4 CAUSAS: Cuidado del jardín y limpieza de la plazoleta.

**8 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado	<b>x</b>			Bus	<b>X</b>				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Automóvil	<b>X</b>				
	Empedrad				4x4	<b>X</b>				365
	Sendero				Tren					

Horarios: Por la mañana y tarde.

**9 FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación							1	20		
Esparcimiento										


**Otros:**

**10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**  
 10.1. AGUA: Potable **x** Entubada Tratada De pozo No existe Otros.....  
 10.2. ENERGIA ELECTRICA: Sist. Interconectado **x** Generador No existe  
 Otros.....  
 10.3. ALCANTARILLADO: Red pública **x** Pozo ciego Pozo séptico No existe  
 Otros.....

<p><b>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Antigua hacienda: 150 m.</li> <li>➤ La laguna de Colta: 200 m.</li> </ul>	<p><b>12. POSICIONAMIENTO:</b></p> <p>Local          Provincial          Nacional          Internacional <b>x</b></p>
---	---



## 7. Atractivo “Hacienda Colonial”

<p><b>1. DATOS GENERALES</b></p> <p>1.1 FICHA N° 7 <span style="float: right;">1.7 FECHA:</span></p> <p>1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.</p> <p>1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.</p> <p>1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: <b>ANTIGUA HACIENDA COLONIAL</b></p> <p>1.5 CATEGORÍA: M. Culturales</p> <p>1.6 TIPO: R. Técnicas y Científicas <span style="float: right;">1.8 SUBTIPO: Arquitectura e Ingeniería</span></p>	
	
<p><b>2. UBICACIÓN</b></p> <p>2.1 PROVINCIA: Chimborazo.</p> <p>2.2 CANTÓN: Colta.</p> <p>2.3 PARROQUIA: Sicalpa (Villa la Unión)</p>	<p><b>3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b></p> <p>3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Riobamba DISTANCIA: 20 Km.</p> <p>3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote DISTANCIA: 23 Km.</p>
<p><b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b></p> <p>4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 3310 PLUVIOSIDAD(m.m): 1000 – 1500 <span style="float: right;">TEMPERATURA(°C): 10 – 12</span></p> <p>4.2 DESCRIPCIÓN: Ubicada a 2 Km. de la cabecera cantonal detrás de la Iglesia de Balbanera, de estilo romano y mestizo ecuatoriano, construida en la época colonial, quedando como representación de las grandes haciendas que había en este sector, podemos observar las casas principales, zaguán, paredes, techos, entrada, corredores, construidos en piedra y cangahua.</p>	
<p><b>5. USOS:</b> Hacienda antigua en la cual funcionaba un hotel hace algunos años, para los transeúntes que viajaban de la Sierra a la Costa.</p>	
<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>6.1 ALTERADO    6.2 NO ALTERADO    6.3 CONSERVADO    6.4 DETERIORADO <b>X</b></p> <p>6.5 EN PROCESO DE DETERIORO    6.6 CAUSAS: Falta de interés del propietario por conservarlo.</p>	

<b>7. ENTORNO</b>										
7.1 CONSERVADO    7.2 DETERIORADO <input checked="" type="checkbox"/> 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO										
7.4 CAUSAS: Sobre pastoreo y sembríos										
<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:</b>										
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>			Bus	<input checked="" type="checkbox"/>				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Empedrad				4x4	<input checked="" type="checkbox"/>				365
	Sendero				Tren					
Horarios: Por la mañana y tarde.										
<b>9. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>										
SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación							1	20		
Esparcimiento										
<b>Otros:</b>										
<b>10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>										
10.1. AGUA: Potable    Entubada    Tratada    De pozo    No existe <input checked="" type="checkbox"/> Otros.....										
10.2. ENERGIA ELECTRICA: Sist. Interconectado    Generador    No existe <input checked="" type="checkbox"/> Otros.....										
10.3. ALCANTARILLADO: Red pública    Pozo ciego    Pozo séptico    No existe <input checked="" type="checkbox"/> Otros.....										
<b>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:</b>						<b>12. POSICIONAMIENTO:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Iglesia de Balbanera: 150 m.</li> <li>➤ La laguna de Colta: 220 m.</li> </ul>						Local <input checked="" type="checkbox"/> Provincial Nacional Internacional				

## 8. Atractivo “Museo Histórico”

<p><b>1. DATOS GENERALES</b></p> <p>1.1 FICHA N° 8  1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.  1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.  1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: <b>MUSEO HISTÓRICO</b>  1.5 CATEGORÍA: M. Culturales  1.6 TIPO: Histórico</p>		<p>1.7 FECHA:</p> <p>1.8 SUBTIPO: Museo Colonial</p>
		
<p><b>2. UBICACIÓN</b></p> <p>2.1 PROVINCIA: Chimborazo.  2.2 CANTÓN: Colta.  2.3 PARROQUIA: Sicalpa (Villa la Unión)</p>	<p><b>3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b></p> <p>3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Riobamba  DISTANCIA: 18 Km.  3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote  DISTANCIA: 25 Km.</p>	
<p><b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 3200      PLUVIOSIDAD(m.m): 250 - 1000  TEMPERATURA(°C): 6 - 15</p> <p>4.2 DESCRIPCIÓN: Ubicado en las calles 2 de Agosto y Magdalena Dávalos, consta de 3 salas y un pasillo en la cual existe testimonios expuestos mediante fotos, actas de fundación, croquis de lo que fue la antigua Riobamba, pilares de piedra con diferentes tallados.</p>		
<p><b>5. USOS:</b> Este museo guarda gran parte de la rica historia de la provincia y porque no decirlo del país.</p>		
<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>6.1 ALTERADO <b>X</b>    6.2 NO ALTERADO    6.3 CONSERVADO    6.4 DETERIORADO    6.5 EN PROCESO DE DETERIORO    6.6 CAUSAS: Falta de presupuesto e interés de las autoridades del cantón.</p>		

**7. ENTORNO**  
 7.1 CONSERVADO 7.2 DETERIORADO 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO **X**  
 7.4 CAUSAS: Falta de limpieza de las calles principales al atractivo.

**8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado				Bus	<b>X</b>				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Automóvil	<b>X</b>				
	Empedrad		<b>x</b>		4x4	<b>X</b>				De lunes a Viernes
	Sendero				Tren					

Horarios: De lunes a viernes de 07H30 a 12H30 y de 13H00 s 16H00.

**9. FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación							2	30		
Esparcimiento							3	20		

Otros:

**10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

10.1. AGUA: Potable **x** Entubada Tratada De pozo No existe Otros.....  
 10.2. ENERGIA ELECTRICA: Sist. Interconectado **x** Generador No existe  
 Otros.....  
 10.3. ALCANTARILLADO: Red pública **x** Pozo ciego Pozo séptico No existe  
 Otros.....



**11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:**

- Plaza I. Juan de Velasco: 200 m
- Ruinas del barrio la merced: 250 m.

**12. POSICIONAMIENTO:**

- Local
- Provincial **x**
- Nacional
- Internacional

## 9. Atractivo “Casa de Maldonado”

<p><b>1. DATOS GENERALES</b></p> <p>1.1 FICHA N° 9          1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.          1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.          1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: <b>CASA DE PEDRO V. MALDONADO</b>          CATEGORÍA: M. Culturales          1.6 SUBTIPO: Arquitectura e Ingeniería</p>		<p>1.7 FECHA:</p> <p>1.5          1.8 TIPO: R. Técnicas y Científicas</p>
		
<p><b>2. UBICACIÓN</b></p> <p>2.1 PROVINCIA: Chimborazo.          2.2 CANTÓN: Colta.          2.3 PARROQUIA: Sicalpa (Villa la Unión)</p>	<p><b>3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b></p> <p>3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Riobamba          DISTANCIA: 18 Km.          3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote          DISTANCIA: 25 Km.</p>	
<p><b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 3200 PLUVIOSIDAD(m.m): 250 - 1000 TEMPERATURA(°C): 10 - 12</p> <p>4.2 DESCRIPCIÓN: Actualmente funciona una biblioteca en este lugar que mantiene un monumento al célebre Riobambeño, debido a que en la época colonial correspondía a la casa en donde el nació.</p>		
<p><b>5 USOS:</b> Se puede determinar que fue una de las construcciones con mayor tecnología para aquella época. Este lugar estaba dentro del centro de la ciudad y correspondía al barrio más aristócrata de la misma.</p>		
<p><b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>6.1 ALTERADO <b>X</b>      6.2 NO ALTERADO      6.3 CONSERVADO          6.4 DETERIORADO      6.5 EN PROCESO DE DETERIORO      6.6 CAUSAS: En este lugar ha sido construido la biblioteca municipal.</p>		

**7 ENTORNO**  
 7.1 CONSERVADO 7.2 DETERIORADO 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO **X**  
 7.4 CAUSAS: Falta de arreglar los jardines y limpieza de las calles.

**8 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado				Bus	<b>X</b>				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Automóvil	<b>X</b>				
	Empedrad		<b>x</b>		4x4	<b>X</b>				De lunes a Viernes
	Sendero				Tren					

Horarios: De lunes a viernes de 07H30 a 12H30 y de 13H00 s 16H00.

**9 FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación							2	30		
Esparcimiento							3	20		

**Otros:**

**10 INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

10.1. AGUA: Potable **x** Entubada Tratada De pozo No existe Otros.....  
 10.2. ENERGIA ELECTRICA: Sist. Interconectado **x** Generador No existe  
 Otros.....  
 10.3. ALCANTARILLADO: Red pública **x** Pozo ciego Pozo séptico No existe  
 Otros.....

<p><b>11 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Museo Histórico: 15 m al frente</li> <li>➤ Iglesia de San Lorenzo: 130 m.</li> </ul>	<p><b>12 POSICIONAMIENTO:</b></p> <p>Local          Provincial          Nacional <b>x</b>          Internacional</p>
---	--



## **10. Atractivo “Ruinas de la Merced”**

<b>1. DATOS GENERALES</b>		
1.1 FICHA N° 10	1.7 FECHA:	
1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.		
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.		
1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: <b>RUINAS DEL BARRIO LA MERCED</b>		
1.5 CATEGORÍA: M. Culturales		
1.6 TIPO: Históricas	1.8 SUBTIPO: Sitios Arqueológicos	
		
<b>2. UBICACIÓN</b>		<b>3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>
2.1 PROVINCIA: Chimborazo.		3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Riobamba
2.2 CANTÓN: Colta.		DISTANCIA: 18 Km.
2.3 PARROQUIA: Sicalpa (Villa la Unión)		3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote
		DISTANCIA: 25 Km.
<b>4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:</b>		
4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 3200		
PLUVIOSIDAD(m.m): 250 - 1000		TEMPERATURA(°C): 10 - 12
<p>4.2 DESCRIPCIÓN: Se halla a orillas del río Sicalpa, en la parte posterior de la escuela José Mariano Borja. Se construyó en 1612 y consta de lineamientos de piedra, guías que orientan a nivel del piso, pavimento, corredores estrechos, pisos de ladrillos, quicios de zaguán, empedrados, tronera, acueductos y subterráneos.</p>		
<b>5 USOS:</b> Según estudios del Banco Central, corresponde a una casa del aristocrático barrio la Merced. Se puede determinar que fue una de las construcciones con mayor tecnología para aquella época.		
<b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
6.1 ALTERADO <b>X</b>	6.2 NO ALTERADO	6.3 CONSERVADO
6.4 DETERIORADO	6.5 EN PROCESO DE DETERIORO	6.6 CAUSAS: Descuido de las autoridades y la ciudadanía, arrojo de basura y destrucción de los niños de la escuela.

**7 ENTORNO**  
 7.1 CONSERVADO 7.2 DETERIORADO **X** 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO  
 7.4 CAUSAS: No existe acceso al lugar, para que sea visitado.

**8 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado				Bus	<b>X</b>				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Automóvil	<b>X</b>				
	Empedrad		<b>x</b>		4x4	<b>X</b>				De lunes a viernes de Octubre – Julio.
	Sendero				Tren					

Horarios: Preferencia la mañana.

**9 FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación							2	30		
Esparcimiento							3	20		

Otros:



**10 INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

10.1. AGUA: Potable **x** Entubada Tratada De pozo No existe Otros.....  
 10.2. ENERGIA ELECTRICA: Sist. Interconectado **x** Generador No existe  
 Otros.....  
 10.3. ALCANTARILLADO: Red pública **x** Pozo ciego Pozo séptico No existe  
 Otros.....

<p><b>11 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Feria central: 50 m</li> <li>➤ Museo Histórico: 150 m.</li> </ul>	<p><b>12 POSICIONAMIENTO:</b></p> <p>Local          Provincial          Nacional <b>x</b>          Internacional</p>
--	--



## 11. Atractivo “Ruinas de San Francisco”

<p><b>1. DATOS GENERALES</b></p> <p>1.1 FICHA Nº 11</p> <p>1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.</p> <p>1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.</p> <p>1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: <b>RUINAS DE SAN FRANCISCO</b></p> <p>1.5 CATEGORÍA: M. Culturales</p> <p>1.6 TIPO: Históricas</p> <p>1.7 FECHA:</p> <p>1.8 SUBTIPO: Sitios Arqueológicos</p>		
		
<p><b>2. UBICACIÓN</b></p> <p>2.1 PROVINCIA: Chimborazo.</p> <p>2.2 CANTÓN: Colta.</p> <p>2.3 PARROQUIA: Sicalpa (Villa la Unión)</p>		<p><b>3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b></p> <p>3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Riobamba DISTANCIA: 18 Km.</p> <p>3.2 NOMBRE DEL POBLADO:Guamote DISTANCIA: 25 Km.</p>
<p><b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 3200      PLUVIOSIDAD(m.m): 1000 – 1500 TEMPERATURA(°C): 10 – 12</p> <p>4.2 DESCRIPCIÓN: Son restos del templo estilo colonial, construida en 1596 con materiales propios de la zona como son: piedra tallada, ladrillo, adobe, madera, paja, que hasta hoy se puede observar parte de la construcción.</p>		
<p><b>5. USOS:</b> Ruinas coloniales, de lo que fue antiguamente el templo de los padres Franciscanos.</p>		
<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>6.1 ALTERADO                      6.2 NO ALTERADO                      6.3 CONSERVADO</p> <p>6.4 DETERIORADO X              6.5 EN PROCESO DE DETERIORO      6.6 CAUSAS: Se encuentran a la intemperie, sin recibir ningún cuidado y mantenimiento de la población.</p>		

**7. ENTORNO**  
 7.1 CONSERVADO 7.2 DETERIORADO **X** 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO  
 7.4 CAUSAS: Material de construcción del cerramiento de las ruinas.

**8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado				Bus	<b>X</b>				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Automóvil	<b>X</b>				
	Empedrad		<b>x</b>		4x4	<b>X</b>				365
	Sendero				Tren					

Horarios: Preferencia la mañana y poco la tarde.

**9. FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación							2	30		
Esparcimiento							3	20		

Otros:

**10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

10.1. AGUA: Potable **x** Entubada Tratada De pozo No existe

Otros.....

10.2. ENERGIA ELECTRICA: Sist. Interconectado **x** Generador No existe

Otros.....

10.3. ALCANTARILLADO: Red pública **x** Pozo ciego Pozo séptico No existe

Otros.....

**11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:**

- Iglesia de Santo Cristo: 350 m
- Iglesia de San Lorenzo: 380 m.

**12. POSICIONAMIENTO:**

- Local
- Provincial
- Nacional **x**
- Internacional

## 12. Atractivo “Parque José de Orozco”

<p><b>1. DATOS GENERALES</b></p> <p>1.1 FICHA N° 12 <span style="float: right;">1.7 FECHA:</span>          1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.          1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.          1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: <b>PARQUE JOSÉ DE OROZCO</b>          1.5 CATEGORÍA: M. Culturales          1.7 TIPO: R. Técnicas y Científicas <span style="float: right;">1.8 SUBTIPO: Parque de Recreación</span></p>	
	
<p><b>2. UBICACIÓN</b></p> <p>2.1 PROVINCIA: Chimborazo.          2.2 CANTÓN: Colta.          2.3 PARROQUIA: Sicalpa</p>	<p><b>3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b></p> <p>3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Riobamba          DISTANCIA: 18 Km.          3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote          DISTANCIA: 25 Km.</p>
<p><b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 2850 - 3200          PLUVIOSIDAD(m.m): 1000 – 1500 <span style="float: right;">TEMPERATURA(°C): 10 – 12</span></p> <p>4.2 DESCRIPCIÓN: Ubicado junto al templo de San Lorenzo, lugar de recreación, distribuida en una cancha de voley, juegos recreativos, jardines adornada con plantas ornamentales, bancas de descanso.</p>	
<p><b>5. USOS:</b> Parque en el cual se desarrolla varios eventos sociales, culturales, deportivos en los meses de Julio, Agosto y Diciembre.</p>	
<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>6.1 ALTERADO <span style="margin-left: 100px;">6.2 NO ALTERADO</span> <span style="margin-left: 100px;">6.3 CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></span>          6.4 DETERIORADO <span style="margin-left: 100px;">6.5 EN PROCESO DE DETERIORO</span> <span style="margin-left: 100px;">6.6 CAUSAS:</span></p>	

**7. ENTORNO**  
 7.1 CONSERVADO  7.2 DETERIORADO 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO 7.4  
 CAUSAS:

**8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Empedrad		<input checked="" type="checkbox"/>		4x4	<input checked="" type="checkbox"/>				365
	Sendero				Tren					

Horarios:

**9. FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación							2	30		
Esparcimiento							3	20		

Otros:

**10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

10.1. AGUA: Potable  Entubada Tratada De pozo No existe Otros.....

10.2. ENERGIA ELECTRICA: Sist. Interconectado  Generador No existe

Otros.....

10.3. ALCANTARILLADO: Red pública  Pozo ciego Pozo séptico No existe

Otros.....

**11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:**

- Ruinas de San Francisco: 50 m
- Museo: 150 m.
- Casa de Pedro V. Maldonado: 150 m.

**12. POSICIONAMIENTO:**

- Local
- Provincial
- Nacional
- Internacional

### **13. Atractivo “Plaza Cultural”**

#### **1. DATOS GENERALES**

1.1 FICHA N° 13

1.7 FECHA:

1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.

1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.

1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: **PLAZA I. JUAN DE VELASCO**

1.5 CATEGORÍA: M. Culturales

1.6 TIPO: R. Técnicas y Científicas

1.8 SUBTIPO: Parques de Recreación



#### **2. UBICACIÓN**

2.1 PROVINCIA: Chimborazo.

2.2 CANTÓN: Colta.

2.4 PARROQUIA: Sicalpa (Villa la Unión)

#### **3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.**

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Riobamba  
DISTANCIA: 18 Km.

3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote  
DISTANCIA: 25 Km.

#### **4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:**

4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 3200    PLUVIOSIDAD(m.m): 1000 – 1500    TEMPERATURA(°C): 10 – 12

4.2 DESCRIPCIÓN: Plaza de estilo incaica - mestizo, que ha sido remodelada con piedra andesita, ladrillo de hormigón de varios colores y protección de metal en sus jardines, en el centro se observa la concepción cosmológica indígena.

**5. USOS:** Lugar en donde se desarrolla varios eventos interculturales, sociales y políticos.

#### **6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:**

6.1 ALTERADO

6.2 NO ALTERADO

6.3 CONSERVADO **X**

6.4 DETERIORADO

6.5 EN PROCESO DE DETERIORO

6.6 CAUSAS:

**7. ENTORNO**  
 7.1 CONSERVADO  7.2 DETERIORADO 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO  
 7.4 CAUSAS:

**8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Empedrad		<input checked="" type="checkbox"/>		4x4	<input checked="" type="checkbox"/>				365
	Sendero				Tren					

Horarios: Por la mañana y tarde.

**9. FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación							2	30		
Esparcimiento							3	20		

**Otros:**



**10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

10.1. AGUA: Potable  Entubada Tratada De pozo No existe Otros.....  
 10.2. ENERGIA ELECTRICA: Sist. Interconectado  Generador No existe  
 Otros.....  
 10.3. ALCANTARILLADO: Red pública  Pozo ciego Pozo séptico No existe  
 Otros.....

<p><b>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Feria Central: 30 m.</li> <li>➤ Ruinas de la Merced: 40 m.,</li> </ul>	<p><b>12. POSICIONAMIENTO:</b></p> <p>Local <input checked="" type="checkbox"/>          Provincial          Nacional          Internacional</p>
--	--



## 14. Atractivo “Iglesia de San Sebastián”

<b>1. DATOS GENERALES</b> 1.1 FICHA N° 14 1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V. 1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V. 1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: <b>I. SAN SEBASTIÁN DE CAJABAMBA</b> 1.5 CATEGORÍA: M. Culturales 1.6 TIPO: Históricas 1.7 FECHA: 1.8 SUBTIPO: A. Religiosa	
	
<b>2. UBICACIÓN</b> 2.1 PROVINCIA: Chimborazo. 2.2 CANTÓN: Colta. 2.3 PARROQUIA: Cajabamba (Villa la Unión)	<b>3 CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b> 3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Riobamba DISTANCIA: 17 ½ Km. 3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote DISTANCIA: 25 ½ Km.
<b>4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:</b> 4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 3310 PLUVIOSIDAD(m.m): 1000 – 1500 TEMPERATURA(°C): 10 – 12 4.2 DESCRIPCIÓN: Ubicada en el barrio la Estación, construida en honor a la cantonización de Colta en 1884, su patrono es San Sebastián al cual veneran el 20 de Enero.	
<b>5 USOS:</b> Lugar sagrado en el cual celebran la eucaristía y los sacramentos. El convento que pertenece a la iglesia se encuentra en el frente de esta.	
<b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b> 6.1 ALTERADO                      6.2 NO ALTERADO                      6.3 CONSERVADO <b>X</b> 6.4 DETERIORADO    6.5 EN PROCESO DE DETERIORO    6.6 CAUSAS:	

**7 ENTORNO**  
 7.1 CONSERVADO  7.2 DETERIORADO 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO  
 7.4 CAUSAS:

**8 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado				Bus	<input checked="" type="checkbox"/>				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Empedrad		<input checked="" type="checkbox"/>		4x4	<input checked="" type="checkbox"/>				domingos y días festivos en enero.
	Sendero				Tren					

Horarios: Por la mañana

**9 FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación							2	30		
Esparcimiento							3	20		

Otros:

**10 INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

10.1. AGUA: Potable  Entubada Tratada De pozo No existe Otros.....  
 10.2. ENERGIA ELECTRICA: Sist. interconectado  Generador No existe  
 Otros.....  
 10.3. ALCANTARILLADO: Red pública  Pozo ciego Pozo séptico No existe   
 Otros.....


<p><b>11 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Feria Central: 850 m.</li> <li>➤ Ruinas de la Merced: 950 m.</li> </ul>	<p><b>12 POSICIONAMIENTO:</b></p> <p>Local <input checked="" type="checkbox"/>          Provincial          Nacional          Internacional</p>
--	---



**Cuadro N° 4** Parroquia Santiago de Quito

<b>Latitud:</b> 1° 42' S		<b>Temperatura media:</b> 10 - 12		
<b>Longitud:</b> 78° 44' O		<b>Pluviosidad:</b> 1000 - 1500		
<b>Altitud:</b> 2850 - 3200		<b>Climas:</b> Bosque húmedo montano		
km.Estepa espinosa montano bajo		<b>Extensión:</b> 54,4		
<b>Atractivo</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Jerarquía</b>
Laguna de Colta	Sitio Natural	Ambiente lacustre	Laguna	III
Volcán San Javier de Tungurahuilla	Sitio Natural	Montaña	Volcán	II

## 1. Atractivo “Laguna de Colta”

<p><b>1. DATOS GENERALES</b></p> <p>1.1 FICHA N° 15 <span style="float: right;">1.7 FECHA:</span>          1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.          1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.          1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: <b>LAGUNA DE COLTA</b>          1.5 CATEGORÍA: Sitios Naturales          1.6 TIPO: Ambiente Lacustre <span style="float: right;">1.8 SUBTIPO: Laguna</span></p>	
	
<p><b>2. UBICACIÓN</b></p> <p>2.1 PROVINCIA: Chimborazo.          2.2 CANTÓN: Colta.          2.3 PARROQUIA: Santiago de Quito</p>	<p><b>3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b></p> <p>3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Riobamba          DISTANCIA: 21 Km.          3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote          DISTANCIA: 22 Km.</p>
<p><b>4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 3200          PLUVIOSIDAD(m.m): 1000 – 1500 <span style="float: right;">TEMPERATURA(°C): 10 - 12</span></p> <p>4.2 DESCRIPCIÓN: Su origen natural, abarca una superficie de 204 ha. aguas ricas en sólidos y nutrientes, la temperatura media anual es de 11.5 a 12.5 °C, gran parte de las especies de flora y fauna han desaparecido. Pero aún existen aves que migran para pasar el invierno a sus orillas.</p>	
<p><b>5 USOS:</b> Existen muchas leyendas que los mayores relatan acerca de su origen.</p>	
<p><b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>6.1 ALTERADO <b>X</b> <span style="margin-left: 100px;">6.2 NO ALTERADO</span> <span style="margin-left: 100px;">6.3 CONSERVADO</span>          6.4 DETERIORADO <span style="margin-left: 100px;">6.5 EN PROCESO DE DETERIORO</span> 6.6 CAUSAS: La contaminación de sus aguas de basura, excrementos de animales, y sobre todo no existe drenaje y aireación.</p>	

**7 ENTORNO**  
 7.1 CONSERVADO 7.2 DETERIORADO **X** 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO  
 7.4 CAUSAS: Avance de la frontera agropecuaria, y contaminación.

**8 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado	<b>x</b>			Bus	<b>X</b>				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Automóvil	<b>X</b>				
	Empedrad				4x4	<b>X</b>				365
	Sendero				Tren					

Horarios: Preferencia la mañana y poco la tarde.

**9 FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación							2	30		
Esparcimiento							3	20		

Otros:

**10 INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

10.1. AGUA: Potable Entubada **x** Tratada De pozo No existe Otros.....

10.2. ENERGIA ELECTRICA: Sistema interconectado **x** Generador No existe

Otros.....


10.3. ALCANTARILLADO: Red pública Pozo ciego **x** Pozo séptico No existe

Otros.....

**11 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:**  
 ➤ Iglesia de Balbanera a 200 m.  
 ➤ Volcán San Javier Tungurahuilla a 5 Km.

**12 POSICIONAMIENTO:**  
 Local  
 Provincial  
 Nacional  
 Internacional **x**

## 2. Atractivo “Volcán Tungurahuilla”

<p><b>1. DATOS GENERALES</b></p> <p>1.1 FICHA Nº 16 <span style="float: right;">1.7 FECHA:</span>          1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.          1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.          1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: <b>VOLCÁN TUNGURAHUILLA</b>          1.5 CATEGORÍA: Sitios Naturales          1.6 TIPO: Montaña <span style="float: right;">1.8 SUBTIPO: Volcán</span></p>	
	
<p><b>2. UBICACIÓN</b></p> <p>2.1 PROVINCIA: Chimborazo.          2.2 CANTÓN: Colta.          2.3 PARROQUIA: Santiago de Quito</p>	<p><b>3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b></p> <p>3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Riobamba          DISTANCIA: 27 Km.          3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote          DISTANCIA: 27 Km.</p>
<p><b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>4.1 ALTITUD (m.s.n.m):2850 - 3200 PLUVIOSIDAD(m.m): 1000 – 1500          TEMPERATURA(°C): 10 – 12.</p> <p>4.2 DESCRIPCIÓN: Se encuentra a 3400 m.s.n.m cuya morfología es irregular, posee gran diversidad de especies de flora y fauna, mirador natural de la cual se puede divisar sus comunidades aledañas.</p>	
<p><b>5. USOS:</b> En la comunidad de San Javier se levanta este imponente cerrito, en la cual existe una interesante formación pétreo que simula un pequeño volcán de ahí su nombre.</p>	
<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>6.1 ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> <span style="margin-left: 100px;">6.2 NO ALTERADO</span> <span style="margin-left: 100px;">6.3 CONSERVADO</span>          6.4 DETERIORADO <input type="checkbox"/> <span style="margin-left: 100px;">6.5 EN PROCESO DE DETERIORO</span> <span style="margin-left: 100px;">6.6 CAUSAS: Reforestación de la cima del cerro con eucalipto, deslizamiento de las piedras.</span></p>	

**7. ENTORNO**  
 7.1 CONSERVADO 7.2 DETERIORADO **X** 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO  
 7.4 CAUSAS: Botadero de basura y extensión de la frontera agrícola.

**8 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado				Bus				<b>X</b>	DÍAS AL AÑO
	Lastrado		<b>X</b>		Automóvil				<b>X</b>	
	Empedrad				4x4				<b>X</b>	365
	Sendero				Tren					

Horarios: Preferencia la mañana y poco la tarde

**9 FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación										
Esparcimiento										

**Otros:**

**10 INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

10.1. AGUA: Potable Entubada **x** Tratada De pozo No existe Otros.....

10.2. ENERGIA ELECTRICA: Sistema interconectado **x** Generador No existe

Otros.....

10.3. ALCANTARILLADO: Red pública Pozo ciego **x** Pozo séptico No existe


Otros.....

<p><b>11 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Laguna de Colta: 5 Km.</li> <li>➤ Iglesia de Balbanera: 7 Km.</li> </ul>	<p><b>12 POSICIONAMIENTO:</b></p> <p>Local <b>x</b>          Provincial          Nacional          Internacional</p>
---	--

**Cuadro 5: Parroquia Columbe**

<b>Latitud:</b> 1° 52' S <b>Longitud:</b> 78° 41' O <b>Altitud:</b> 2850 - 4300 <b>Extensión:</b> 221,6 km.		<b>Temperatura media:</b> 8- 10 <b>Pluviosidad:</b> 700 - 1200 <b>Climas:</b> Estepa espinosa montano bajo		
<b>Atractivo</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Jerarquía</b>
Río Columbe	Sitio natural	Río	Rápidos y raudales	II
Páramos de Shulluchos	Sitio natural	Montaña	Páramo	II
Vertiente Termal de Miraflores	Sitio natural	Agua subterránea	Aguas termales	II
Pequeña laguna rodeada de tolas habitacionales	Sitio natural	Ambiente lacustre	Ciénegas	II
Vivero el Progreso	M. Culturales	R. técnicas y científicas	Vivero forestal	II
Iglesia Colonial de Columbe	M. Culturales	Históricas	Arq. Religiosa	II
Plaza de Toros de Llinllín	M. Culturales	Históricas	Zona histórica	II

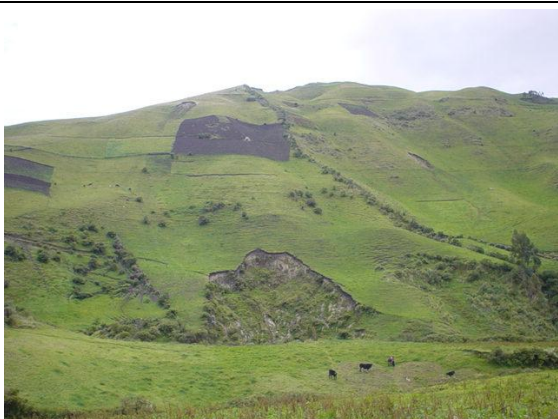

## 1. Atractivo “Río Columbe”

<b>1. DATOS GENERALES</b>		
1.1 FICHA N° 17	1.7 FECHA:	
1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.		
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.		
1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: <b>RIO COLUMBE</b>		
1.5 CATEGORÍA: Sitio Natural		
1.6 TIPO: Río	1.8 SUBTIPO: Rápido o Raudales	
		
<b>2. UBICACIÓN</b>		<b>3 CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>
2.1 PROVINCIA: Chimborazo. 2.2 CANTÓN: Colta. 2.3 PARROQUIA: Columbe		3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Sicalpa y Cajabamba DISTANCIA: 18 Km. 3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote DISTANCIA: 7 Km.
<b>4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:</b>		
4.1 ALTITUD (m.s.n.m):2850 - 3200 PLUVIOSIDAD(m.m): 1000 – 1500 TEMPERATURA(°C): 10 – 12		
4.2 DESCRIPCIÓN: Nacen de dos ramales de los páramos de gahuijon alto y llullucha forman así el río Columbe de 4 a5 m, de ancho en sus riberas encontramos gran diversidad de flora y fauna.		
<b>5 USOS:</b> Sus aguas son muy útiles para la población tanto para la pesca deportiva, regadío en sus cultivos, y bebida de sus animales.		
<b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
6.1 ALTERADO	6.2 NO ALTERADO	6.3 CONSERVADO <b>X</b>
6.4 DETERIORADO	6.5 EN PROCESO DE DETERIORO	6.6 CAUSAS:

<b>7 ENTORNO</b>												
7.1 CONSERVADO    7.2 DETERIORADO    7.3 EN PROCESO DE DETERIORO <b>X</b> 7.4 CAUSAS: Sembríos.												
<b>8 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:</b>												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event			
	Asfaltado	<b>X</b>			Bus	<b>X</b>				DÍAS AL AÑO		
	Lastrado				Automóvil	X						
	Empedrad				4x4	X				Junio – Septiembre		
	Sendero				Tren							
Horarios: Preferencia la mañana y poco la tarde.												
<b>9 FACILIDADES TURÍSTICAS</b>												
SERVICIOS			CATEGORÍAS									
			LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
			Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento												
Alimentación												
Esparcimiento												
<b>Otros:</b> La casa campesina para hospedarse con capacidad para 30 personas.												
<b>10 INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>												
10.1. AGUA: Potable <b>X</b> Entubada    Tratada    De pozo    No existe    Otros.....												
10.2. ENERGIA ELECTRICA:    Semi interconectado <b>X</b> Generador    No existe Otros.....												
10.3. ALCANTARILLADO:    Red pública <b>X</b> Pozo ciego    Pozo séptico    No existe Otros.....												
<b>11 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:</b>						<b>12 POSICIONAMIENTO:</b>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Vertiente de Miraflores a 1.7 Km.</li> <li>➤ Iglesia de Columbe a 1.5 m</li> </ul>						Local <b>x</b> Provincial Nacional Internacional						



## 2. Atractivo “Páramos de Shulluchos”

<p><b>1. DATOS GENERALES</b></p> <p>1.1 FICHA N° 18 <span style="float: right;">1.2 FECHA:</span></p> <p>1.3 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.</p> <p>1.4 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.</p> <p>1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: <b>PÁRAMOS DE SHULLUCHOS</b></p> <p>1.6 CATEGORÍA: Sitio Natural <span style="float: right;">1.8 SUBTIPO: Páramo</span></p> <p>1.7 TIPO: Montaña</p>	
	
<p><b>2. UBICACIÓN</b></p> <p>2.1 PROVINCIA: Chimborazo.</p> <p>2.2 CANTÓN: Colta.</p> <p>1.5 PARROQUIA: Columbe</p>	<p><b>3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b></p> <p>3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Sicalpa y Cajabamba DISTANCIA: 32.5 Km.</p> <p>3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote DISTANCIA: 21.5 Km.</p>
<p><b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 2850 – 4300 <span style="float: right;">PLUVIOSIDAD(m.m): 700 - 1200</span></p> <p>TEMPERATURA(°C): 8 - 10</p> <p>4.2 DESCRIPCIÓN: Constituye páramos vírgenes, que conserva gran variedad de especies de flora y fauna, grandes extensiones que no han sido intervenidas por el hombre.</p>	
<p><b>5. USOS:</b> Lugar sagrado de la comunidad, en donde nacen los micros cuencas para un autoconsumo y regadío de sus sembríos.</p>	
<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>6.1 ALTERADO    6.2 NO ALTERADO    6.3 CONSERVADO    <b>X</b></p> <p>6.4 DETERIORADO    6.5 EN PROCESO DE DETERIORO    6.6 CAUSAS:</p>	
<p><b>6. ENTORNO</b></p> <p>7.1 CONSERVADO    7.2 DETERIORADO    7.3 EN PROCESO DE DETERIORO    <b>X</b></p> <p>7.4 CAUSAS: Avance de la frontera agrícola y ganadera.</p>	

**7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado				Bus				X	DÍAS AL AÑO
	Lastrado		x		Automóvil				X	
	Empedrad				4x4				X	Julio – Enero
	Sendero				Tren					

Horarios: Preferencia la mañana y poco la tarde.

**8. FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación										
Esparcimiento										

Otros:

**9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

10.1. AGUA: Potable Entubada **X** Tratada De pozo No existe Otros.....

10.2. ENERGIA ELECTRICA: Semi interconectado **X** Generador No existe

Otros.....

10.3. ALCANTARILLADO: Red pública Pozo ciego **X** Pozo séptico No existe

Otros.....


**10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:**

- Ganado bravo de lidia que está en el páramo
- La plaza de toros a 6.5 Km.

**11. POSICIONAMIENTO:**

- Local
- Provincial **X**
- Nacional
- Internacional

### 3. Atractivo “Vertiente Termal Miraflores”

<p><b>1. DATOS GENERALES</b></p> <p>1.1 FICHA N° 19 <span style="float: right;">1.7 FECHA:</span>          1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.          1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.          1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: <b>VERTIENTES T. DE MIRAFLORES</b>          1.5 CATEGORÍA: Sitios Naturales          1.6 TIPO: Aguas Subterráneas <span style="float: right;">1.8 SUBTIPO: Aguas termales</span></p>	
	
<p><b>2. UBICACIÓN</b></p> <p>2.1 PROVINCIA: Chimborazo.          2.2 CANTÓN: Colta.          2.3 PARROQUIA: Columbe</p>	<p><b>3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b></p> <p>3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Riobamba          DISTANCIA: 18.5 Km.          3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamate          DISTANCIA: 7.5 Km.</p>
<p><b>4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 2850 - 4300          PLUVIOSIDAD(m.m): 700 – 1200 <span style="float: right;">TEMPERATURA(°C): 8 - 10 4.2</span></p> <p>4.2 DESCRIPCIÓN: Localizado en la entrada de la parroquia a orillas del río gahushi, vertiente natural que sumerge de unas rocas, formando así un pequeño pozo de 3 x 2 m, agua templada, transparente.</p>	
<p><b>5 USOS:</b> En las madrugadas sus aguas son más calientes, a la cual acuden a bañarse y a lavar la ropa.</p>	
<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>6.1 ALTERADO <span style="margin-left: 100px;">6.2 NO ALTERADO</span> <span style="margin-left: 100px;">6.3 CONSERVADO</span>          6.4 DETERIORADO <span style="margin-left: 200px;">6.5 EN PROCESO DE DETERIORO X</span>          6.5 CAUSAS: Contaminación con detergentes y arrojado de basura.</p>	

**7 ENTORNO**  
 7.1 CONSERVADO 7.2 DETERIORADO 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO **X**  
 7.4 CAUSAS: Erosión y pisoteo del suelo.

**8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado	<b>x</b>			Bus	x				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Automóvil	<b>X</b>				
	Empedrad				4x4	<b>X</b>				365
	Sendero				Tren					

Horarios: Preferencia la mañana.

**9. FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación										
Esparcimiento										

**Otros:** La casa campesina para hospedarse con capacidad para 30 personas

**10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**  
 10.1. AGUA: Potable **x** Entubada Tratada De pozo No existe Otros.....  
 10.2. ENERGIA ELECTRICA: Sist. interconectado **x** Generador No existe  
 Otros.....  
 10.3. ALCANTARILLADO: Red pública **x** Pozo ciego Pozo séptico No existe  
 Otros.....

**11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:**  
 ➤ La iglesia de Columbe a 1.5 m  
 ➤ El río Columbe a 1.7 Km.

**12. POSICIONAMIENTO:**  
 Local **x**  
 Provincial  
 Nacional  
 Internacional

#### **4. Atractivo “Laguna rodeada de Tolas”**

<p><b>1. DATOS GENERALES</b></p> <p>1.1 FICHA N° 20 <span style="float: right;">1.7 FECHA:</span>          1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.          1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.          1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: <b>PEQUEÑA LAGUNA</b>          1.5 CATEGORÍA: Sitios Naturales          1.6 TIPO: Ambiente Lacustre <span style="float: right;">1.8 SUBTIPO: Ciénegas</span></p>	
	
<p><b>2. UBICACIÓN</b></p> <p>2.1 PROVINCIA: Chimborazo.          2.2 CANTÓN: Colta.          2.3 PARROQUIA: Columbe</p>	<p><b>3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b></p> <p>3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Villa la Unión          DISTANCIA: 15 Km.          3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote          DISTANCIA: 16 Km.</p>
<p><b>4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 2850 - 4300          PLUVIOSIDAD(m.m): 700 – 1200 <span style="float: right;">TEMPERATURA(°C): 8 - 10 4.2</span></p> <p>4.2 DESCRIPCIÓN: Localizada en la comunidad del Troje. Sector Abya - Yala, pequeña laguna rodeada de pequeñas colinas, constituyendo así un espacio verde en el cual se observa garzas, patos, tórtolas, el avance de la totora hace que no se divise bien sus aguas.</p>	
<p><b>5. USOS:</b> Según versiones de personas mayores se dice que fue un lugar ritual, existen varias leyendas acerca de ello.</p>	
<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>6.1 ALTERADOX <span style="margin-left: 100px;">6.2 NO ALTERADO</span> <span style="margin-left: 100px;">6.3 CONSERVADO</span>          6.4 DETERIORADO <span style="margin-left: 100px;">6.5 EN PROCESO DE DETERIORO</span> 6.6 CAUSAS: Sus aguas se van secando, formando así terrenos de pastoreo.</p>	

**7. ENTORNO**  
 7.1 CONSERVADO 7.2 DETERIORADO **X** 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO  
 7.4 CAUSAS: En sus colinas el avance de la frontera agrícola.

**8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado				Bus				<b>X</b>	DÍAS AL AÑO
	Lastrado		<b>x</b>		Automóvil					
	Empedrad				4x4					365
	Sendero				Tren					

Horarios: Preferencia la mañana.

**9. FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación										
Esparcimiento										

Otros:

**10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

10.1. AGUA: Potable Entubada **x** Tratada De pozo No existe Otros.....

10.2. ENERGIA ELECTRICA: Sistema interconectado **x** Generador No existe

Otros.....

10.3. ALCANTARILLADO: Red pública Pozo ciego **x** Pozo séptico No existe

Otros.....

**11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:**


- Con la parroquia de Columbe a 11.2 Km.
- La laguna de Colta 9 Km.

**12. POSICIONAMIENTO:**

Local **x**  
 Provincial  
 Nacional  
 Internacional





## 5. Atractivo “Vivero el Progreso”

<b>1. DATOS GENERALES</b>		
1.1 FICHA N° 21	1.7 FECHA:	
1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.		
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.		
1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: <b>VIVERO EL PROGRESO</b>		
1.5 CATEGORÍA: M. Culturales		
1.6 TIPO: R. Técnicas y Científicas	1.8 SUBTIPO: Vivero forestal	
		
<b>2 UBICACIÓN</b>		<b>3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>
2.1 PROVINCIA: Chimborazo. 2.2 CANTÓN: Colta. 2.4 PARROQUIA: Columbe		3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Sicalpa y Cajabamba DISTANCIA: 22.8 Km. 3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote DISTANCIA: 11.8 Km.
<b>4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:</b>		
4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 2850 - 4300 PLUVIOSIDAD(m.m): 700 - 1200		TEMPERATURA(°C): 8 – 10
4.2 DESCRIPCIÓN: Vivero forestal de planta nativas, creado en 1998, por la iniciativa de la directiva en 1 ha, está distribuida en 4 áreas: semillero, repique, aclimatación, sala de capacitación.		
<b>5 USOS:</b> Gracias a este vivero se ha podido forestar en el páramo y en los terrenos de la asociación, con la finalidad de mantener las micros cuencas y reducir la migración debido a que genera ingresos económicos.		
<b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
6.1 ALTERADO	6.2 NO ALTERADO	6.3 CONSERVADO <b>X</b>
6.4 DETERIORADO	6.5 EN PROCESO DE DETERIORO	6.6 CAUSAS:

<b>7 ENTORNO</b>										
7.1 CONSERVADO    7.2 DETERIORADO    7.3 EN PROCESO DE DETERIORO										
7.5 CAUSAS: Sembríos										
<b>8 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:</b>										
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado	x			Bus	X				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Automóvil	X				
	Empedrad				4x4	X				Junio – Septiembre
	Sendero				Tren					
Horarios: Por la mañana y en la tarde.										
<b>9 FACILIDADES TURÍSTICAS</b>										
SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación										
Esparcimiento										
<b>Otros:</b> La casa campesina para hospedarse con capacidad para 30 personas.										
<b>10 INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>										
10.1 AGUA: Potable <input checked="" type="checkbox"/> Entubada    Tratada    De pozo    No existe    Otros.....										
10.2. ENERGIA ELECTRICA:    Sistema interconectado <input checked="" type="checkbox"/> Generador    No existe										
Otros.....										
10.3. ALCANTARILLADO:    Red pública <input checked="" type="checkbox"/> Pozo ciego    Pozo séptico    No existe										
Otros.....										
<b>11 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:</b>						<b>12 POSICIONAMIENTO:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Vertientes de Miraflores a 4.3 Km.</li> <li>➤ Iglesia de Columbe: 2.6 Km.</li> </ul>						Local <input checked="" type="checkbox"/> Provincial Nacional Internacional				



## 6. Atractivo “Iglesia de Columbe”

<b>1. DATOS GENERALES</b> 1.1 FICHA N° 22 1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V. 1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V. 1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: <b>IGLESIA COLONIAL DE COLUMBE</b> 1.5 CATEGORÍA: M. Culturales 1.6 TIPO: Históricas 1.7 FECHA: 1.8 SUBTIPO: Arquitectura Religiosa	
	
<b>2. UBICACIÓN</b> 2.1 PROVINCIA: Chimborazo. 2.2 CANTÓN: Colta. 2.3 PARROQUIA: Columbe	<b>3 CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b> 3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Sicalpa y Cajabamba DISTANCIA: 20.2 Km. 3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote DISTANCIA: 9.2 Km.
<b>4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:</b> 4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 2850 - 4300 PLUVIOSIDAD(m.m): 700 - 1200 TEMPERATURA(°C): 8 – 10 4.2 DESCRIPCIÓN: Estilo colonial, construido en octubre de 1921 de piedra, cangahua, madera, techos de zinc, pisos de baldosa, en su interior reposas imágenes del Señor de la Agonía, San José, Virgen de las Mercedes, etc.	
<b>5 USOS.</b> Situada en pleno centro de la parroquia allí se venera a la Virgen de las Mercedes patrona de la misma.	
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b> 6.1 ALTERADO      6.2 NO ALTERADO      6.3 CONSERVADO X 6.4 DETERIORADO      6.5 EN PROCESO DE DETERIORO      6.6 CAUSAS:	

**7. ENTORNO**  
 7.1 CONSERVADO  7.2 DETERIORADO 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO  
 7.4 CAUSAS:

**8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado	<input checked="" type="checkbox"/>			Bus	<input checked="" type="checkbox"/>				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Empedrad				4x4	<input checked="" type="checkbox"/>				sábados y domingos
	Sendero				Tren					

Horarios: En especial en el mes de Septiembre fiesta de la Virgen.

**9. FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación										
Esparcimiento										

**Otros:** La casa campesina para hospedarse con capacidad para 30 personas.

**10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

10.1. AGUA: Potable  Entubada Tratada De pozo No existe Otros.....  
 10.2. ENERGIA ELECTRICA: Sist. interconectado  Generador No existe  
 Otros.....  
 10.3. ALCANTARILLADO: Red pública  Pozo ciego Pozo séptico No existe  
 Otros.....

**11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:**

- Vertientes de Miraflores a 1.7 Km.
- Río Columbe: 100 m.

**12. POSICIONAMIENTO:**

- Local
- Provincial
- Nacional
- Internacional

## 7. Atractivo “Plaza de Toros de Llin- Llin”

<p><b>1 DATOS GENERALES</b></p> <p>1.1 FICHA N° 23 <span style="float: right;">1.7 FECHA: 2004 - 06 - 12</span>  1.2 ENCUESTADOR: Mayra Pino V.  1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mayra Pino V.  1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: <b>PLAZA DE TOROS DE LLIN-LLIN</b>  1.5 CATEGORÍA: M. Culturales  1.6 TIPO: Históricas <span style="float: right;">1.8 SUBTIPO: Zonas Históricas</span></p>	
	
<p><b>2 UBICACIÓN</b></p> <p>2.1 PROVINCIA: Chimborazo.  2.2 CANTÓN: Colta.  2.3 PARROQUIA: Columbe</p>	<p><b>3 CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b></p> <p>3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Villa la Unión  DISTANCIA: 26 Km.  3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Guamote  DISTANCIA: 15 Km.</p>
<p><b>4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>4.1 ALTITUD (m.s.n.m): 2850 - 3400  PLUVIOSIDAD(m.m): 700 - 1200 <span style="float: right;">TEMPERATURA(°C): 10 - 12</span></p> <p>4.2 DESCRIPCIÓN: Se encuentra en la comunidad de Llinllin a 3230 m.s.n.m, cuya temperatura media anual es de 9 a 11 oC, construcción de estilo colonial, cuyos materiales utilizados son: piedra, ladrillo, tierra, cangahua, distribuida en 1ha.</p>	
<p><b>5 USOS:</b> Constituye una plaza antigua, construida por el patrón Cornelio Dávalos, hace más o menos unos 100 años, en la cual realizaban pruebas y selección del ganado bravo de lidia, por los toreros profesionales Mariano Cruz Ordóñez, Antonio Benítez, Juanito Cruz.</p>	
<p><b>6 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p> <p>6.1 ALTERADO <span style="margin-left: 100px;">6.2 NO ALTERADO</span> <span style="margin-left: 100px;">6.3 CONSERVADO</span>  6.4 DETERIORADO X <span style="margin-left: 20px;">6.5 EN PROCESO DE DETERIORO</span> <span style="margin-left: 20px;">6.6 CAUSAS:</span> Descuido y desinterés de la comunidad, por reconstruirlo.</p>	

**7 ENTORNO**  
 7.1 CONSERVADO 7.2 DETERIORADO **X** 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO  
 7.4 CAUSAS: Está lleno de malas hierbas y basura.

**8 INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO:**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		Día	Semana	Mes	Event	
	Asfaltado				Bus	<b>X</b>				DÍAS AL AÑO
	Lastrado			<b>x</b>	Automóvil					
	Empedrad				4x4					365
	Sendero				Tren					

Horarios: Preferencia la mañana

**9 FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS	Nº Est	PLAZAS
Alojamiento										
Alimentación										
Esparcimiento										

**Otros:**

**10 INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

10.1. AGUA: Potable Entubada **x** Tratada De pozo No existe Otros.....  
 10.2. ENERGIA ELECTRICA: Sist. interconectado **x** Generador No existe  
 Otros.....  
 10.3. ALCANTARILLADO: Red pública Pozo ciego **x** Pozo séptico No existe  
 Otros.....

**11 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:**

- Vivero el progreso 4.4 Km.
- El río columbe a 5.7 Km.

**12 POSICIONAMIENTO:**

- Local **x**
- Provincial
- Nacional
- Internacional

## Clasificación de los atractivos del cantón según la validación

Parroquia Sicalpa y Cajamba	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Iglesia Balbanera con jerarquía III</li><li>➤ Nuestra Señora de las Nieves con jerarquía III</li><li>➤ Casa Pedro Vicente Maldonado con jerarquía II</li></ul>
Parroquia Santiago de Quito	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Laguna de Colta con jerarquía III</li><li>➤ Volcán San Juan Tungurahuilla con jerarquía II</li></ul>
Parroquia Columbe	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Iglesia Colonial de Columbe con jerarquía II</li><li>➤ Plaza de toros de Llinlín con jerarquía II</li></ul>

Elaborado por: Mayra Pino Velasco.

### 3.3 Estudio de mercado

#### 3.3.1 Resultados de las encuestas

De acuerdo a los datos estadísticos emitidos por la oficina de información turística el número de visitantes es de 14703 de los cuales el 70% son turistas nacionales y el 30% son turistas extranjeros, con la aplicación de la fórmula se aplicaron 389 encuestas dirigidas a los turistas que visitaran el cantón Colta, estos datos serán procesados mediante un análisis contenido en tablas y gráficos estadísticos en el programa de Microsoft Excel.

## 1. Género

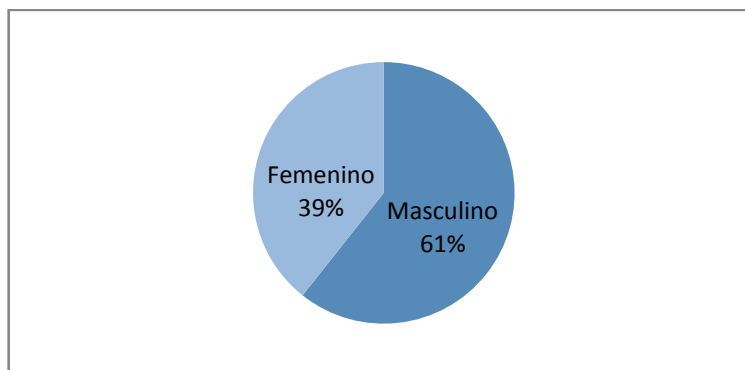
**Cuadro N° 6**  
**Género de turistas**

<b>GÉNERO</b>	<b>Nº DE TURISTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Femenino	236	61%
Masculino	153	39%
<b>Total</b>	<b>389</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

**Elaboración:** Mayra Pino V.

**Gráfico N° 3**  
**Género de turistas**



Tras haber realizado las encuestas de un total de 389 turistas que visitan el Cantón Colta que representa el 100%, el 61% son de género masculino y el 39% corresponde al género femenino.

## 2. Estado civil

**Cuadro N° 7**

**Estado Civil**

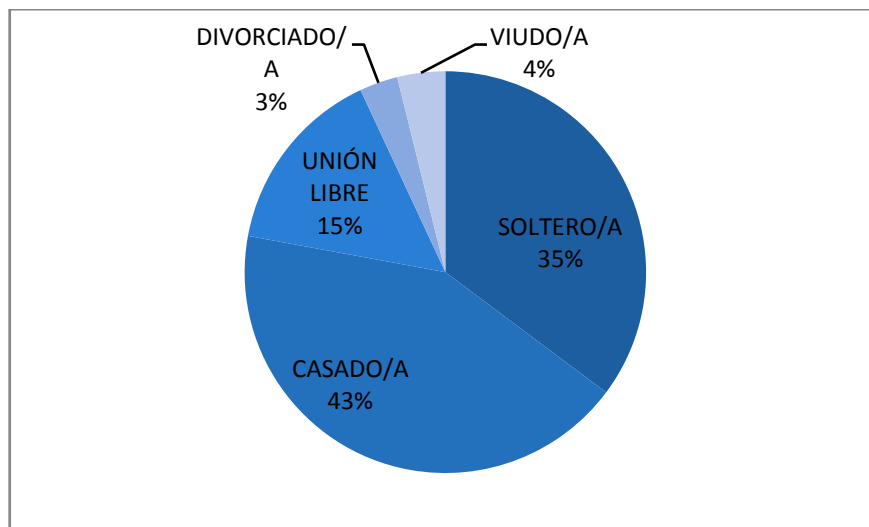
<b>ESTADO CIVIL</b>	<b>N° DE TURISTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Soltero/a	137	35%
Casado/a	166	43%
Unión Libre	59	15%
Divorciado/a	12	3%
Viudo/a	15	4%
<b>TOTAL</b>	<b>389</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

**Elaborado por:** Mayra Pino V.

**Gráfico N° 4**

**Estado Civil**



El estado civil de los turistas en su mayoría son casados con un 43%, mientras que el 35% son solteros, el 15% vive en unión libre, el 4% son viudos mientras que el 3% son divorciados.

### 3. Viaja

**Cuadro N° 8**

**Viaja**

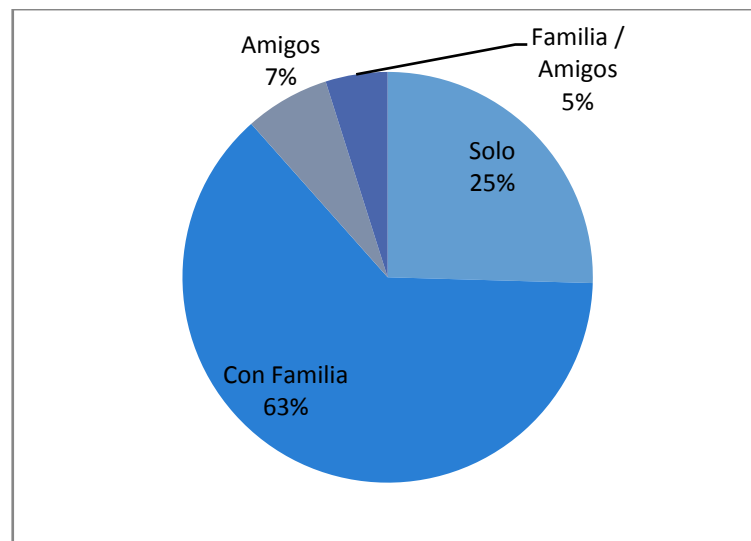
VIAJA	N° DE TURISTAS	PORCENTAJE
Solo	99	25%
Con Familia	245	63%
Amigos	26	7%
Familia / Amigos	19	5%
<b>Total</b>	<b>389</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

**Elaboración:** Mayra Pino V.

**Gráfico N° 5**

**Viaja**



Al haber realizado las encuestas vemos que el 63% de los turistas deciden viajar con su familia, el 25% de turistas desea viajar solo, mientras que el 7% viaja con amigos y el 5% de los turistas viaja con familia y amigos.



#### 4. Implementación del productos turísticos

**Cuadro N° 9**

**Implementación productos turísticos**

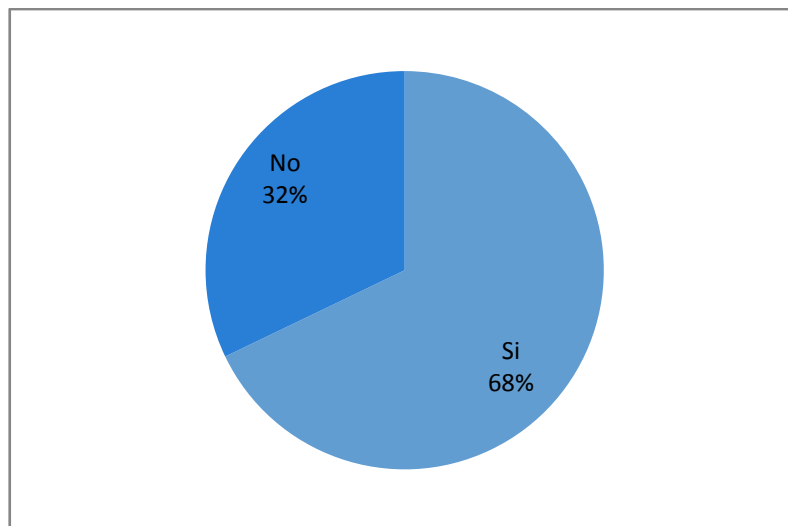
<b>IMPLEMENTACIÓN PRODUCTO TURÍSTICO</b>	<b>N° DE TURISTAS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
Si	264	68%
No	125	32%
<b>Total</b>	<b>389</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

**Elaboración:** Mayra Pino V.

**Gráfico N° 6**

**Implementación del producto turístico**



Vemos que el 68% de los turistas desea que se implemente el diseño de productos turísticos mientras que el 32% no desea que se implemente.

5. Le gustaría que se implementen estos tipos de turismo en el cantón

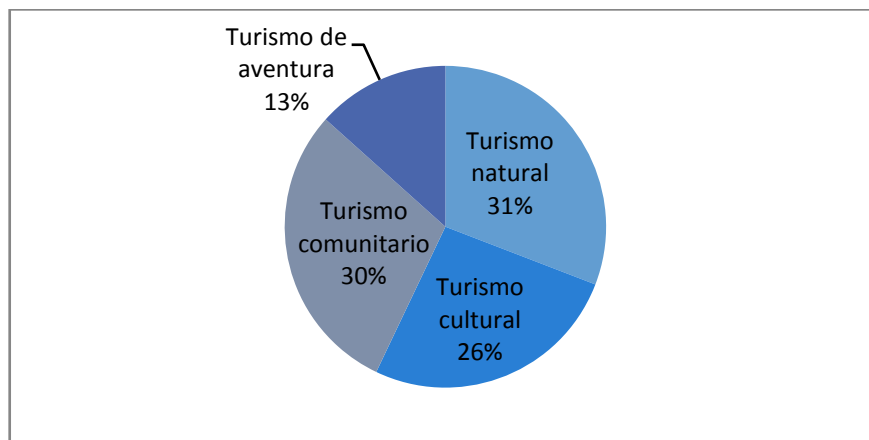
**Cuadro N° 10**  
**Tipos de turismo**

TIPOS DE TURISMO	N° DE TURISTAS	PORCENTAJE
Turismo natural	120	31%
Turismo cultural	102	26%
Turismo comunitario	115	30%
Turismo de aventura	52	13%
<b>Total</b>	<b>389</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

**Elaboración:** Mayra Pino V.

**Gráfico N° 7**  
**Tipos de turismo**



Podemos ver que en el 31% desea que se implante el turismo natural, el 30% desea turismo comunitario, al 26% le gustaría turismo cultural y tan solo al 13% desea turismo de aventura.

## 6. Donde le gustaría hospedarse

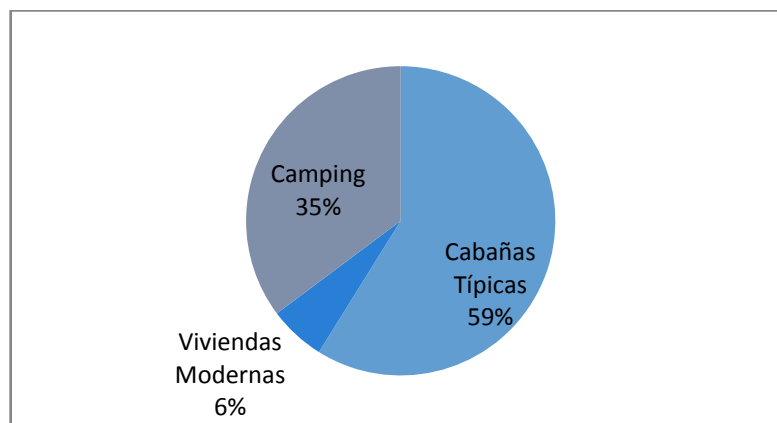
**Cuadro N°11**  
**Donde le gustaría hospedarse**

<b>DONDE LE GUSTARÍA HOSPEDARSE</b>	<b>N° DE TURISTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Cabañas Típicas	229	59%
Viviendas Modernas	23	6%
Camping	137	35%
<b>Total</b>	<b>389</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

**Elaboración:** Mayra Pino V.

**Gráfico N° 8**  
**Donde le gustaría hospedarse**



En su mayoría y con el 59% desean en cabañas típicas, el 35% desea hacer camping, mientras que el 6% desea hospedarse en viviendas modernas.

## 7. Servicio de Guianza

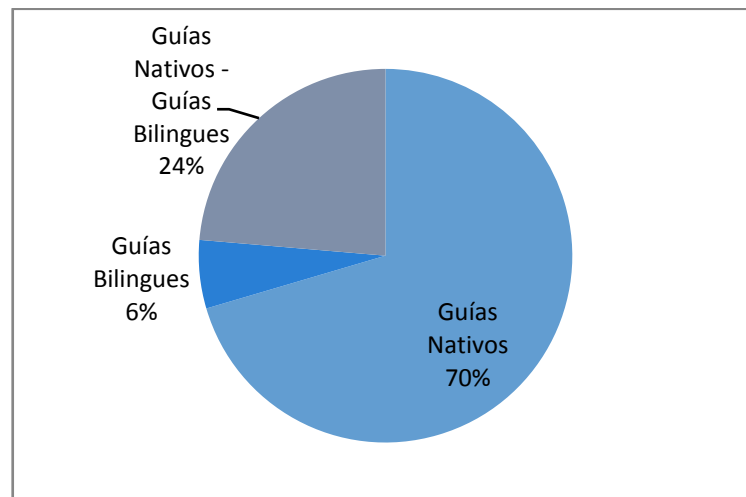
**Cuadro N° 12**  
**Servicio de Guianza**

<b>GUIANZA</b>	<b>N° DE TURISTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Guías Nativos	274	70%
Guías Bilingues	23	6%
Guías Nativos - Guías Bilingues	92	24%
Total	389	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

**Elaboración:** Mayra Pino V.

**Gráfico N° 9**  
**Servicio de guianza**



La mayoría de turistas con un 70% desea guías nativos mientras que el 24% desea guías nativos – guías bilingües y el 6% desea guías bilingües.

## 8. Actividades a realizarse

**Cuadro N° 13**

### Actividades a realizarse

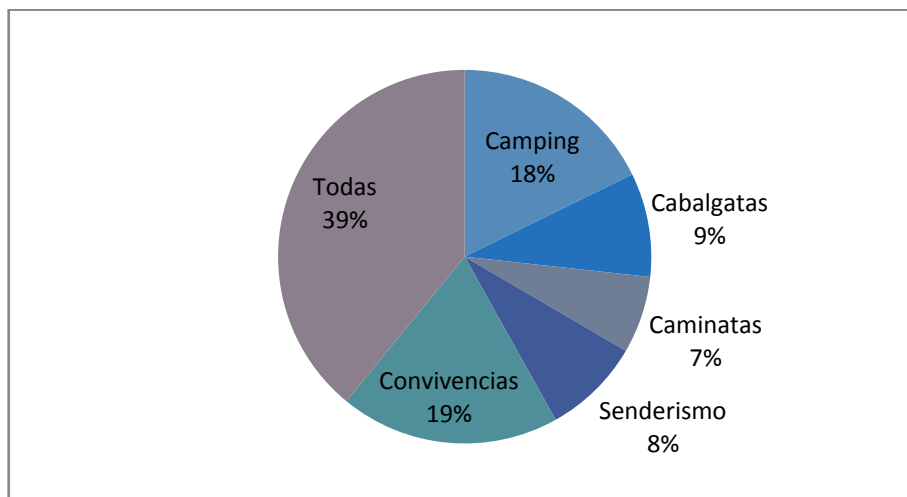
ACTIVIDADES	N° DE TURISTAS	PORCENTAJE
Camping	69	23%
Cabalgatas	35	20%
Caminatas	26	7%
Senderismo	33	8%
Convivencias	74	4%
Todas	152	38%
<b>Total</b>	<b>389</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

**Elaboración:** Mayra Pino V.

**Gráfico N° 10**

### Actividades a realizarse



Vemos que el 39% desea realizar todas las actividades, mientras que el 19% desea realizar convivencias, el 18% le gusta más realizar camping, el 9% desea realizar cabalgatas, el 8% desea hacer senderismo, el 7% le gusta realizar caminatas .

## Visita de atractivos

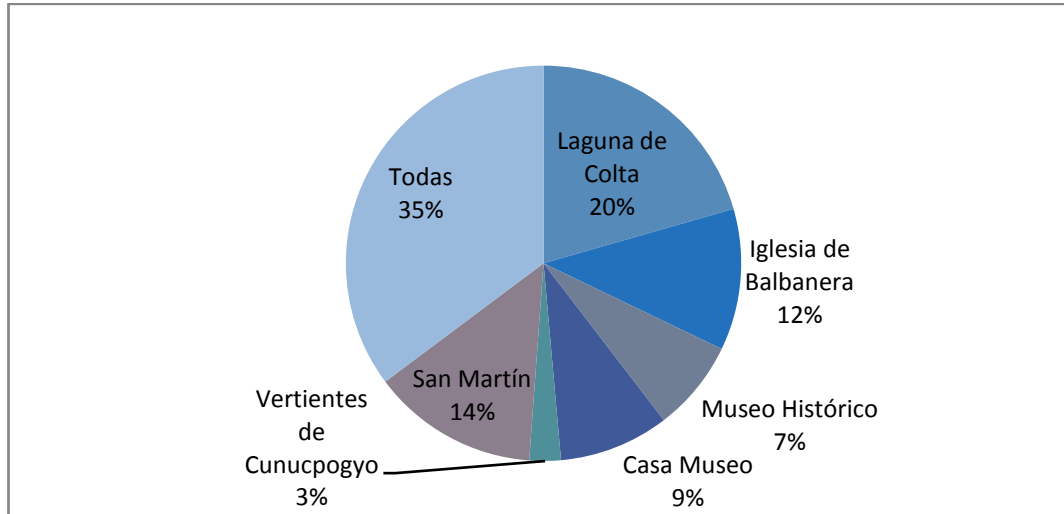
**Cuadro N°14**  
**Visita de atractivos**

VISITA DE ATRACTIVOS	N° DE TURISTAS	PORCENTAJE
Laguna de Colta	80	33%
Iglesia de Balbanera	45	12%
Museo Histórico	29	7%
Casa Museo	35	9%
Vertientes de Cunucpogyo	10	3%
San Martín	53	1%
Todas	137	35%
<b>Total</b>	<b>389</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

**Elaboración:** Mayra Pino V.

**Gráfico N° 11**  
**Visita de atractivos**



La mayoría con un 35% desea visitar todos los atractivos, el 20% desea visitar la Laguna de Colta, mientras que el 14% desea visitar San Martín, el 12% desea visitar la Iglesia de Balbanera, el 9% desea conocer la Casa Museo, el 7% desea conocer el Museo Histórico, el 3% desea conocer las Vertientes de Cunucpogyo.

## 9. Estadía

**Cuadro N° 15**

### **Estadía**

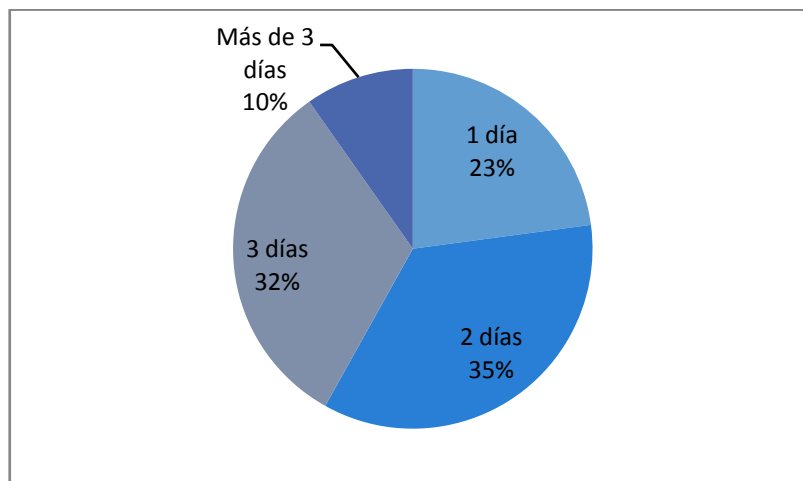
<b>ESTADÍA</b>	<b>N° DE TURISTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
1 día	89	23%
2 días	137	35%
3 días	125	32%
Más de 3 días	38	10%
<b>Total</b>	<b>389</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

**Elaboración:** Mayra Pino V.

**Gráfico N° 12**

### **Estadía**



Vemos que el 35% desea quedarse más de dos días, el 32% desea quedarse 3 días, el 23% desea quedarse solo un día y tan solo el 10% desea quedarse más de tres días.

## 10. Gastos por día

**Cuadro N° 16**

### **Gastos por día**

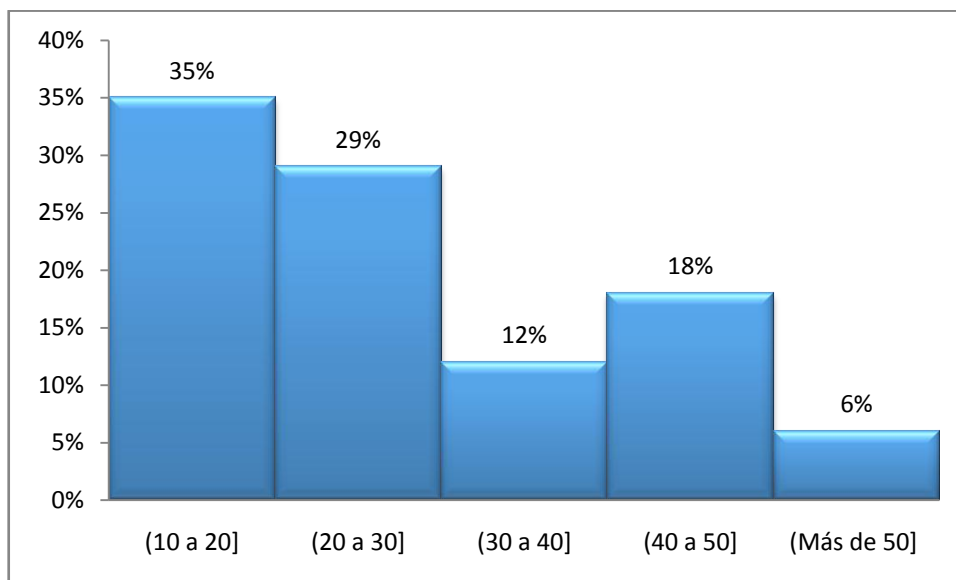
<b>GASTOS POR DÍA</b>	<b>N° DE TURISTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
(10 a 20]	137	35%
(20 a 30]	114	29%
(30 a 40]	46	12%
(40 a 50]	69	18%
Más de 50]	23	6%
<b>Total</b>	<b>389</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

**Elaboración:** Mayra Pino V.

**Gráfico N° 13**

### **Gastos por día**



Vemos que el 35% le gustaría gastar por día de \$10 a 20, mientras que el 29% le gustaría gastar de \$20 a 30, el 18% le gustaría gastar de \$ 40 a 50, el 12% le gustaría gastar de \$30 a 40 y tan solo el 6% le gustaría gastar más de \$50.00.



### 3.3.2 Perfil del turista

**Cuadro N° 17**  
**Perfil del turista**

Género	<ul style="list-style-type: none"><li>• Femenino 61%</li></ul>
Estado Civil	<ul style="list-style-type: none"><li>• Casado 43%</li><li>• Soltero 35%</li></ul>
Cuando viaja lo hace	<ul style="list-style-type: none"><li>• Con familia 63%</li><li>• Solo 25%</li></ul>
Implementación de productos turísticos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Si 68%</li></ul>
Tipos de turismo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Turismo natural 31%</li><li>• Turismo comunitario 30%</li></ul>
Donde le gustaría hospedarse	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cabañas típicas 59%</li></ul>
Servicio de guianza con	<ul style="list-style-type: none"><li>• Guía nativo 70%</li><li>• Guía bilingüe y nativo 24%</li></ul>
Actividades a realizarse	<ul style="list-style-type: none"><li>• Todas 39%</li><li>• Convivencia 19%</li></ul>
Visita de atractivos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Todas 35%</li></ul>
Estadía	<ul style="list-style-type: none"><li>• 2 días 35%</li></ul>
Gasto por día	<ul style="list-style-type: none"><li>• 10 - 20 35%</li></ul>

**Fuente:** Aplicación de las encuestas.

### 3.3.3 Análisis y proyección de la demanda

El análisis de la demanda se obtuvo mediante la recolección de fuentes primarias y secundarias. Las fuentes primarias se obtuvieron por medio de contacto directo con el consumidor y los intermediarios para lo cual se utilizaron encuestas.

Las fuentes secundarias son estadísticas emitidas por la oficina de información turística de Balbanera.

Para determinar las proyecciones de la demanda no se han encontrado datos históricos pero mediante datos estadísticos proporcionados por la oficina de

información turística de Balbanera se conoce que ingresaron 14.703 proyectaremos hasta el año 2016 con una tasa de crecimiento del 5%.

**Datos:**

**Po:** Población Inicial

**i:** Índice de crecimiento turístico

**n:** Número de años

**Pn:** Proyecciones para cada año

**Reemplazando los datos tenemos:**

**Po:**14.703

**i:**0,05

**n:** número de años

**Pn:** ?

$$P_n = P_o (1+i)^n$$

$$P_{2011} = 14.703(1 + 0.05)^0 = 14.703$$

$$P_{2012} = 14.703(1 + 0.05)^1 = 15.438$$

$$P_{2013} = 14.703(1 + 0.05)^2 = 16.210$$

$$P_{2014} = 14.703(1 + 0.05)^3 = 17.020$$

$$P_{2015} = 14.703(1 + 0.05)^4 = 17.871$$

$$P_{2016} = 14.703(1 + 0.05)^5 = 18.765$$

**Cuadro N° 18**

**Proyecciones**

<b>AÑO</b>	<b>N</b>	<b>PROYECCIONES</b>
2011	0	14.703
2012	1	15.438
2013	2	16.210
2014	3	17.020
2015	4	17.871
2016	5	18.765

### **3.3.4 Análisis y proyección de la oferta**

Se define a la oferta como la cantidad de bienes o servicios que se colocan a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar. En el análisis de mercado, lo que interesa es saber cuál es la oferta existente en el contorno comercial.

Según datos e investigaciones de campo no se encuentran registrados, en funcionamientos actividades o servicios similares que ofrezcan el mismo o similar producto turístico en el cantón Colta.

### **3.3.5 Análisis de la oferta de servicios**

#### **3.3.5.1 Cantón Colta**

Mediante información obtenida de la oficina de información turística I –tur del cantón Colta, específicamente el catastro de actividades turísticas en donde se verificó los establecimientos de alojamiento y alimentación. (Anexo 3).

## **CAPÍTULO IV**

### **DISCUSIÓN**

El propósito del actual trabajo de investigación es el de difundir y dar a conocer a turistas extranjeros, nacionales y locales de las riquezas turísticas con las que cuenta el cantón Colta de la provincia de Chimborazo bajo el diseño de productos turísticos mismos que permitirán generar nuevas fuentes de ingresos económicos para el desarrollo y bienestar de sus habitantes y futuras generaciones.

Después de haber realizado el diagnóstico situacional del cantón antes mencionado, se ha determinado que cuentan y prestan las facilidades e infraestructura adecuada de un territorio en desarrollo, dotando a su población de servicios básicos y complementarios para su normal progreso socio económico, siendo el aspecto de la recolección de los desechos un punto en el cual falta fortalecer la socialización de una cultura más acorde con el cuidado y preservación del entorno en el cual se desarrollan.

De acuerdo con los resultados obtenidos de la aplicación de la encuestas observamos las distintas preferencias y expectativas de los turistas los cual nos sirvió para la creación de los productos turísticos basados en dichas características.

Una vez ya desarrollado este proyecto permitirá que este cantón reactive sus economías y así de esta manera mejorar las condiciones de vida de los pobladores. Es así que con los ingresos que se generen por la comercialización de los productos turísticos se realizará diferentes inversiones en proyectos que sean prioridad para el potenciamiento de los destinos, sin descuidar el campo de la conservación y así se conseguirá un desarrollo sustentable.

## CAPITULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

- Con el diagnóstico situacional del corredor turístico sostenible “Las Lagunas” se llegó a determinar que el cantón Colta cuenta con un gran potencial turístico ya que es una gran ventaja al momento de comercializar los productos turísticos.
- De acuerdo a la validación del cantón se identificó que cuenta con 23 atractivos turísticos los cuales están divididos en: 15 manifestaciones culturales en la que sobresale la Iglesia de Balbanera con jerarquía III, con 8 sitios naturales en esta la más importante Laguna de Colta.
- Dentro de los turistas que llegan al cantón existe una gran expectativa por conocer y disfrutar del turismo comunitario, pero al no existir productos turísticos que permitan realizar este tipo de turismo se convierte en el eje fundamental del desarrollo sostenible del cantón.

## 5.2 Recomendaciones

- Crear, difundir programas de conservación y preservación de los atractivos turísticos del Cantón Colta priorizando los atractivos y su importancia mediante la socialización, capacitación y concientización a la ciudadanía del valor histórico y cultural el cual tienen de sus atractivos.
- Las instituciones de desarrollo local entre ellas el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Colta facilite el acceso a la información adecuada para este tipo de proyectos, ya que representan beneficios para el cantón, además de lograr un mejor seguimiento y desarrollo de la información competente a esta unidad.
- Destinar por medio del Municipio fondos para la educación en el ámbito turístico y ambiental en coordinación con otros organismos como el MINTUR, empezando por los estudiantes para así formar líderes emprendedores con una amplia concientización, siendo necesaria la capacitación periódica a los prestadores de servicios turísticos privados como comunitarios para que siempre mantengan buenos niveles de aceptación por parte de los turistas.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1 Título de la propuesta**

Diseño de productos turísticos para el corredor turístico sostenible “Las Lagunas”.

#### **6.2 Introducción**

El turismo en el Ecuador, constituye una actividad que ha cobrado gran importancia, siendo fuente de ingresos, generación de empleo y de múltiples beneficios hasta conseguir una nueva forma de gestión turística conocida como turismo sostenible, la cual pretende que los recursos naturales y culturales de un sector se conserven y así que se genere múltiples beneficios económicos, entre los que destacan sus efectos en la generación de empleo y en la lucha contra la pobreza, sobre todo en los países en vías de desarrollo y comunidades rurales.

Chimborazo posee muchas potencialidades no aprovechadas, ya que existen condiciones naturales y culturales que puedan resultar muy atractivas para visitantes nacionales y extranjeros. La posibilidad de cambiar esta situación a largo plazo, pasa por el valor agregado que se dé a los productos turísticos los mismos que nos ayudarán a explorar nuevos nichos de mercado, logrando la competitividad y mejorando la calidad de vida de la población.

En nuestro país el turismo sostenible reconoce que el desarrollo sea mediante la intervención de la comunidad, creando fuentes de trabajo y respetando a la naturaleza y el entorno en que viven, lo cual demanda la participación de autoridades locales, técnicos y pobladores locales para trabajar coordinadamente y así facilitar servicios de calidad reconocidos y apetecidos por quienes visitan sus localidades.

La factibilidad para la diseño de productos en esta zona es entre tantas cosas es dar a conocer a propios y extraños nuestro potencial turístico en el cantón Colta además del mejoramiento en la vida de los que habitan, mediante el turismo en sus tierras siempre y cuanto sea conservando nuestros paisajes; ya que esto es un proceso continuo de enseñanza y aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas tanto de los servidores como de los que visitan el lugar.

Con este proyecto se pretende aportar con el desarrollo socio-económico del cantón Colta, la provincia y en si del país, prestando un servicio público y privado para mejorar la calidad del destino turístico, haciendo más fácil la estancia a los potenciales turistas y así aumentar la llegada de más turistas facilitando y haciendo más cómoda sus futuras reservas, estancias y recorridos.

### **6.3 Objetivos**

#### **6.3.1 Objetivo general**

- Elaborar los productos turísticos para el corredor turístico sostenible “Las Lagunas”.

#### **6.3.2 Objetivos específicos**

- Diseñar productos turísticos para el cantón Colta.
- Definir los elementos de difusión y promoción para dar a conocer los productos turísticos en el mercado.
- Determinar el nivel de aceptación de los productos turísticos diseñados.



#### **6.4 Descripción de la propuesta**

El objetivo de la investigación es la elaboración de productos turísticos para el corredor de turismo sostenible “Las Lagunas” agrupando atractivos, infraestructura, servicios básicos, complementarios, imagen y promoción de una determinada área del cantón.

Dicha agrupación se la realizará mediante la verificación de la oferta turística que brinda el cantón, los atractivos turísticos que estén o contengan motivaciones culturales para visitarlos complementado de una correcta promoción, mediante una imagen turística la cual sea adecuada para su difusión y atracción de los potenciales turistas que los vayan a visitar. Todo esto tendrá como finalidad el desarrollar un turismo consiente y sostenible tanto para la población como para el medio en el cual se desarrolla creando un ambiente amigable de progreso y desarrollo turístico.

Además esta investigación generará nuevos conocimientos en el ambiente turístico, es una opción atractiva y necesaria para los turistas nacionales y extranjeros dispuestos a hacer un compromiso a corto y largo plazo, necesario para crear una cultura orientada al servicio de esta manera contribuiremos con grandes beneficios para toda la población del cantón.

#### **6.5 Diseño de productos turísticos**

Las características que presentan el corredor turístico sostenible “Las Lagunas” han permitido que se diseñen tres productos turísticos los cuales tendrán características turísticas culturales propias de sus zonas y población.


La estructura de los productos turísticos corresponde a un respectivo análisis del inventario de atractivos turísticos, oferta y demanda del cantón, teniendo estos la dirección de personal altamente capacitado en el área turística. La elaboración de los productos turísticos corresponde a las características, requerimientos y

preferencias que dio como resultado el perfil del turista realizado en el estudio de la demanda.

Además después del análisis se puede asegurar que el nivel de participación de los involucrados se encamina al desarrollo de las actividades turísticas sostenibles por parte del sector comunitario, público y privado formando un proceso de servicios que se benefician y amigable con el ambiente, población y los turistas.


### PRODUCTO TURÍSTICO CULTURAL N°1

<b>NOMBRE</b>	El encanto de conocer Colta
<b>UBICACIÓN</b>	Cantón Colta
<b>HORARIO DE VISITA</b>	Desde 08:00 am hasta 18:00 pm
<b>INFRAESTRUCTURAY FACILIDADES</b>	Cuenta con sistema vial de primer orden asfaltado, señalética horizontal y vertical, para acceder al centro histórico de Colta sus calles son adoquinadas y de piedra tratada, el Cantón cuenta con establecimientos de segunda y tercera categoría que van desde los \$ 8,00 hasta los 15,00, en lo referente a la alimentación podemos encontrar platos típicos, a la carta, tipo menú, desayunos, almuerzos y cenas que van desde los \$2,00 hasta los \$5,00.
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p><b>Centro Histórico Colta:</b> Este sector se encuentra definido por el área de Centro Histórico, establecida en base al análisis de tramos patrimoniales desarrollado en la etapa de diagnóstico en donde se estableció que las edificaciones de mayor valor patrimonial se ubican a lo largo de los ejes viales correspondientes a las calles 2 de Agosto, Riobamba Antiguo y García Moreno. Cuenta con el inventario de las edificaciones patrimoniales de alto valor desarrollado por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural en donde se puede notar la presencia de estas edificaciones en barrios como Santo Cristo, San Francisco, Santo Domingo, San Sebastián, entre otros ubicados especialmente en el área central.</p> <p><b>Ruinas de San Francisco:</b> Conjunto de ruinas históricas que formaron parte de la antigua ciudad de Riobamba, de esta se conservan restos de arquitectura civil y religiosa. Antes de la llegada de los españoles la zona tenía construcciones de la época inca que fueron reutilizadas por los españoles, la mayoría de casas eran de adobe y tapial, con cubierta de madera y techo de paja o teja, adornadas con fachadas y portadas de piedra labrada.</p> <p><b>Casa del sabio Pedro Vicente Maldonado:</b> Conjunto arquitectónico</p>

	<p>de Villa La Unión, donde nació su hijo ilustre el Sabio Pedro Vicente Maldonado Sotomayor, Maldonado es figura insigne de este acontecimiento ocurrido en el siglo XVIII.</p> <p><b>Museo histórico:</b> 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.</p> <p><b>Parque Juan de Velasco:</b> Su diseño y trazado sintetizan preceptos filosóficos, religiosos y cosmológicos de las naciones y pueblos que han habitado Sudamérica desde tiempos inmemorables, esta plaza se ha convertido en un gran tesoro por descubrir, ya que guarda la identidad de sus habitantes y de la provincia.</p> <p><b>Iglesia San Lorenzo:</b> Imponente templo que iniciaron los sacerdotes franciscanos, posee paredes construidas de cangahua y techo de taja en su interior: pilares de piedra, techo de madera, piso de tabla, posee un altar mayor con la imagen de Jesús crucificado, a su lado la imagen de la Virgen Inmaculada; a su costado derecho el Calvario de los Dolores con la imagen de la imagen de la Virgen de los Dolores, la Cruz y San Juan, a su lado izquierdo la Capilla del Santísimo con la imagen de Jesús, Santa Anita y San Vicente.</p>
<p><b>RECOMENDACIONES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar ropa cómoda y abrigada</li> <li>• Calzado cómodo</li> <li>• Cámara fotográfica o de video</li> <li>• Bebidas (agua o jugo)</li> <li>• Protector Solar</li> <li>• Gorras</li> </ul>
<p><b>ACTIVIDADES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> <li>• Compras</li> <li>• Caminatas</li> </ul>
<p><b>LOGOTIPO</b></p>	 <p>The logo consists of a main image showing a landscape with a gazebo and a white picket fence, with the text 'El encanto de conocer COLTA' overlaid. To the right is a vertical collage of smaller images showing various local scenes and people.</p>

## PRODUCTO TURÍSTICO NATURAL N° 2

<b>NOMBRE</b>	Mágica aventura y esplendor en la Laguna
<b>UBICACIÓN</b>	Cantón Colta
<b>HORARIO DE VISITA</b>	Desde 07:00 am hasta 17:00 pm
<b>INFRAESTRUCTURAY FACILIDADES</b>	Cuenta con sistema vial de primer orden asfaltado, señalética horizontal y vertical, para acceder a la Iglesia de Balbanera tomamos la vía panamericana Riobamba – Guayaquil la misma que se encuentra debidamente asfaltada. para acceder a la Laguna de Colta nos desplazamos hacia el lado izquierdo nos encontramos la entrada del Malecón de la Laguna a este lugar se puede acceder a pie o en vehículo, aquí contamos con establecimientos de segunda y tercera categoría que van desde los \$ 8,00 hasta los 15,00, en lo referente a la alimentación podemos encontrar platos típicos, a la carta, tipo menú, desayunos, almuerzos y cenas que van desde los \$2,00 hasta los \$5,00.
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p><b>Iglesia de Balbanera:</b> Primer templo católico fundado por los españoles en el territorio del reino de los Quitus, en 1934, la iglesia de Balbanera se mandó a edificar en honor de la Virgen María Natividad de Balbanera (España), es una iglesia rústica, su fachada con piedra calcárea blanca, con tallados simples, tiene una plaza que sirve para las concentraciones indígenas como fondo a la población de Villa la Unión y al majestuoso Chimborazo, su visión es impresionante, las fiestas indígenas de Septiembre y de Octubre en honor a la patrona, la Virgen de Balbanera.</p> <p><b>Leyenda de la laguna de Colta:</b> Mientras que antiguamente unos comerciantes viajaban a otra provincia con utensilios para la venta y que por obligación tenía que pasar por este destino. Cierta vez un pertinaz aguacero interrumpió su curso; para acampar, bajaron de sus acémilas enormes pailas de bronce, las cuales comenzaron a llenarse de agua y a pesar de los extremados esfuerzos de sus dueños por recuperarlas, el agua reboso de ellas y continuaron hundiéndose hasta desaparecer. Los comerciantes afligidos se marcharon con la esperanza de que a su retorno se haya secado el empozamiento y así recuperar sus pertenencias: pero para su sorpresa encontraron una enorme laguna que se había formado, dicen que la laguna las guarda en sus profundidades y que nunca nadie las ha podido sacar.</p> <p><b>Laguna de Colta:</b> La laguna de Colta por cuyas orillas pasa el ferrocarril trasandino, se encuentra a 20km de la ciudad de Riobamba y a 3km de la cabecera cantonal Cajabamba, está rodeado de varias colinas donde habitan varias comunidades indígenas y dueños de una cultura milenaria. En esta zona existe abundante flora destacándose la totora que es utilizada para el alimento de animales domésticos, así</p>

	<p>como también para elaborar los tradicionales caballitos de totora que sirven para navegar en la fauna se puede observar peces de colores y lo más importante son los patos de patas largas, únicos en su especie y que son originarios de este lugar, por este motivo a la laguna la bautizaron como la de patos o Colta.</p>
<p><b>RECOMENDACIONES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar ropa cómoda y abrigada</li> <li>• Calzado cómodo</li> <li>• Cámara fotográfica o de video</li> <li>• Bebidas (aguas o jugo)</li> <li>• Protector solar</li> <li>• Gorras</li> </ul>
<p><b>ACTIVIDADES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografías</li> <li>• Compras</li> <li>• Caminatas</li> <li>• Observación de flores y fauna</li> <li>• Paseo en lancha</li> </ul>
<p><b>LOGOTIPO</b></p>	 <p>The logo is a square graphic with a black border. It features a scenic landscape with a large, snow-capped mountain peak in the background, partially obscured by clouds. In the foreground, there is a calm lake reflecting the sky and the mountain. The text 'MÁGICA AVENTURA' is written in yellow, bold, sans-serif capital letters at the top. Below it, 'en la' is written in white, lowercase, sans-serif font. At the bottom, 'Laguna de Colta' is written in blue, sans-serif font, with a blue spiral graphic replacing the letter 'o' in 'Colta'.</p>

### PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO N° 3

<b>NOMBRE</b>	Historia y agroturismo Colta – San Martín
<b>UBICACIÓN</b>	Cantón Colta
<b>HORARIO DE VISITA</b>	Desde las 08:00 am hasta 19:00
<b>INFRAESTRUCTURAY FACILIDADES</b>	Cuenta con sistema vial de primer orden asfaltado, señalética horizontal y vertical, para acceder a Colta tomamos la vía Panamericana para acceder al centro histórico, para irse a la comunidad San Martín la vía es asfaltada y se accede en carro utilizamos la vía Cuenca, la distancia de Colta a San Martín es de 15 a 20 minutos, cuenta con establecimientos de segunda y tercera categoría que van desde los \$ 8,00 hasta los 15,00, en lo referente a la alimentación podemos encontrar platos típicos, a la carta, tipo menú, desayunos, almuerzos y cenas que van desde los \$2,00 hasta los \$5,00.
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p><b>Centro Histórico Colta:</b> Este sector se encuentra definido por el área de Centro Histórico, establecida en base al análisis de tramos patrimoniales desarrollado en la etapa de diagnóstico en donde se estableció que las edificaciones de mayor valor patrimonial se ubican a lo largo de los ejes viales correspondientes a las calles 2 de Agosto, Riobamba Antiguo y García Moreno. A más de esto se cuenta con el inventario de las edificaciones patrimoniales de alto valor desarrollado por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural en donde se puede notar la presencia de estas edificaciones en barrios como Santo Cristo, San Francisco, Santo Domingo, San Sebastián, entre otros ubicados especialmente en el área central de Villa La Unión.</p> <p><b>El portal del sol y el cóndor de la unidad nacional:</b> Nuestro pueblo consideraba al Sol como fuente de vida, su portal nos posibilita la entrada a las dimensiones el hombre en América, el cóndor de los Andes es el símbolo de fortaleza para nuestros ancestros; su imagen imponente y majestuosa tampoco pasó desapercibida durante la colonia y fue reivindicada en la época Republicana, ubicándola en lo más alto del escudo, su mirada aguda y las alas desplegadas nos muestran el camino de crecimiento libre y altivo, reconociéndonos en el esplendor del sol que se transparenta multicolor.</p> <p><b>Iglesia de Balbanera:</b> Primer templo católico fundado por los españoles en el territorio del reino de los Quitus. La iglesia de Balbanera se mandó a edificar en honor de la Virgen María Natividad de Balbanera (España), es una iglesia rústica, su fachada con piedra calcárea blanca, con tallados simples, tiene una plaza que sirve para las concentraciones indígenas como fondo a la población de Villa la</p>

	<p>Unión y al majestuoso Chimborazo, su visión es impresionante, las fiestas indígenas de Septiembre y de Octubre en honor a la patrona, la Virgen de Balbanera.</p> <p><b>Comunidad de San Martín:</b> La comunidad de San Martín Bajo es una población legalmente jurídica con acuerdo Ministerial 282 del 30 de agosto de 1978. En San Martín existen 120 familias proveedoras de materia prima, que se beneficiarán directa e inmediatamente de la operación de la planta procesadora de lácteos, a más de poder extenderse a comunidades aledañas. Actualmente se procesan cerca de 370 litros al día, los cuales son destinados a la producción de Yogurt de fresa, durazno y mora; queso fresco pasteurizado de 750 y 500 gr; manjar de leche.</p>
<p><b>RECOMENDACIONES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar ropa cómoda y abrigada</li> <li>• Calzado cómodo</li> <li>• Cámara fotográfica o de video</li> <li>• Bebidas (agua o jugo)</li> <li>• Protector solar</li> <li>• Gorras</li> </ul>
<p><b>ACTIVIDADES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> <li>• Compras</li> <li>• Convivencia con la comunidad</li> </ul>
<p><b>LOGOTIPO</b></p>	 <p>The logo is a square graphic with a black border. At the top, the text 'Historia y Agroturismo' is written in yellow and purple, with 'Colta / San Martín' below it in a smaller font. The background of the logo shows a scenic landscape with a blue lake, green hills, and a snow-capped mountain in the distance. In the foreground, a group of people is sitting on the ground, possibly having a picnic or a community gathering.</p>

## 6.6 Definición de elementos de difusión y promoción para el turismo en el mercado.

Los mecanismos que serán utilizados para que exista difusión serán marca turística, tríptico y afiche las cuales estarán al alcance de los turistas tanto nacionales como internacionales en las respectivas oficinas de turismo tanto del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Colta, la oficina de información turística y en la laguna de Colta.

### 6.6.1 Estrategias de publicidad

#### 6.6.1.1 Marca turística

**Figura N° 3**  
**Marca turística**



La marca turística distintiva del cantón Colta tiene el siguiente significado:

**Sol.-** Representa la gratitud de un Dios para los moradores de la comunidad y como un símbolo ancestral y de poder en la faz de la Tierra.

**Nevado Chimborazo.-** El rey de los andes, como principal elemento de la provincia.



**Laguna.-** Representa el principal atractivo turístico que posee el cantón en donde se puede realizar recorridos en lanchas.

**Patos.-** Indica la fauna con la que cuenta la laguna de Colta.

Esta será la marca con la cual el cantón Colta se identificará en el mercado turístico, la misma que será utilizada en la portada de material publicitario y artesanías que se elaboran en este lugar.

#### 6.6.1.2 Nombre y logotipo del encanto de conocer Colta

**Figura N° 4**  
**Logotipo El encanto de conocer Colta**



El logotipo distintivo del encanto de conocer Colta tiene el siguiente significado:

**Malecón de la Laguna:** Principal atractivo turístico del cantón rodeado de magníficos paisajes de flora y fauna.

**Balserito de Kulta Kucha:** Escultura de carácter realista el personaje ancestral de la Laguna de Colta en actitud gallarda sobre una balsa autóctona, vestido con el traje típico del sector.

**Cóndor de la unidad nacional:** Debido a que el pueblo consideraba al sol como fuente de vida, es símbolo de fortaleza para nuestros ancestros.

**Casa de Pedro Vicente Maldonado:** Conjunto arquitectónico que existe en el cantón Colta, Maldonado es figura insigne.

- **Nombre y logotipo mágica aventura y esplendor en la laguna**

**Figura N° 5**

**Logotipo mágica aventura y esplendor en la Laguna**



El logotipo distintivo del encanto de conocer Colta tiene el siguiente significado:

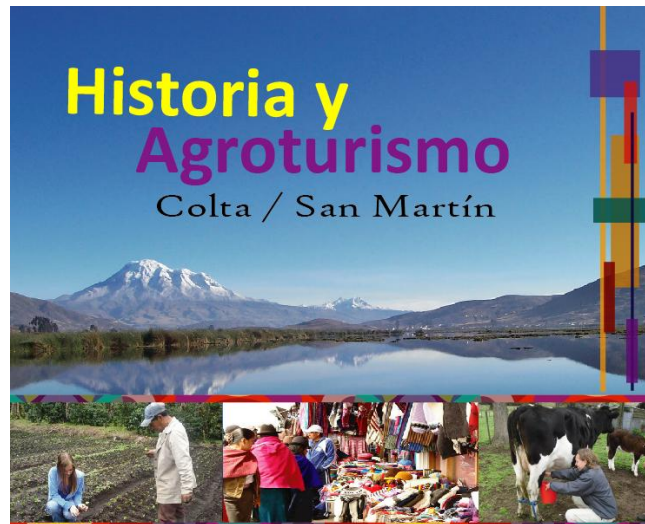
**Laguna de Colta:** Principal atractivo turístico que posee el cantón Colta.

**Nevado Chimborazo:** Nevado de los Andes es uno de los elementos importantes que posee la provincia.

## Nombre y logotipo historia y agroturismo Colta – San Martín

### Figura N° 6

#### Logotipo historia y agroturismo Colta – San Martín



El logotipo distintivo del encanto de conocer Colta tiene el siguiente significado:

**Laguna de Colta:** Principal atractivo turístico que posee el cantón Colta.

**Plantación y ordenamiento:** Las distintas actividades que se pueden realizar en la comunidad de San Martín.

**Colores:** Colta es un cantón pluricultural

### 6.6.1.3 Afiche

Se las distribuirá en las oficinas de información turística del cantón, ferias de promoción y difusión turística en el ingreso y cada uno de los atractivos turísticos de la ruta mediante pobladores del mismo lugar.

**Figura N° 7**  
**Afiche del cantón Colta**



#### **6.6.1.4 Tríptico**

Se las distribuirá en las oficinas de información turística del cantón, ferias de promoción y difusión turística en el ingreso y cada uno de los atractivos turísticos de la ruta mediante pobladores de los mismos lugares.

Anverso.- Portada en donde consta el nombre del cantón Colta adherida dos fotografías de los atractivos turísticos, también consta de un slogan de cuidado y protección de los páramos. En esta plana podemos observar un mapa de ubicación del cantón Colta, las actividades permitidas que puede realizar el turista y las que no son permitidas. También encontramos un mensaje de ingreso gratuito y sugerencias de registro cuando ingrese a la zona.

#### **Reverso**

- Encontramos una descripción del cantón Colta.
- Características climáticas de la zona.
- Descripción de cada uno de los atractivos turísticos importantes del sector.
- Información adicional para los turistas.



Figura N° 8

**Las Lagunas**  
DIRECCIÓN TURISMO CANTÓN COLTA

**COLTA CUNA DE LA NACIONALIDAD ECUATORIANA**

**ecuador**  
ama la vida

**ATRATIVOS TURÍSTICOS**

- Iglesia de Balbanera
- Laguna de Colta
- Nuestra Señora de la Nieves
- San Lorenzo de Sicalpa
- Museo Histórico
- Casa Pedro Vicente Maldonado
- Riqueza natural
- Patrimonio cultural
- Gastronomía típica y tradicional

**CANTÓN COLTA**

La protección de los atractivos turísticos dependen de ti  
Ayúdanos a conservarlos

**CODECH**

# COLTA

## LOCALIZACIÓN

Ubicada al noroccidente de la provincia de Chimborazo apenas a 18 km de la ciudad de Riobamba.

## LÍMITES

Norte: Cantón Riobamba

Sur: Cantón Pallatanga

Este: Cantones Riobamba y Guamate

Oeste: Provincia de Bolívar

Llena de reliquias históricas y atractivos naturales y culturales



COLTA es un hermoso lugar rodeado de colinas con un singular folklore, arte, cultura y gastronomía típica.



## 6.7 Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

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



## Recomendaciones

- Todas las instituciones públicas y privadas que están involucradas con la actividad turística deben ser quienes fomenten la explotación y nuevas creaciones para sí mejorar el desarrollo de la actividad turística basada en la conciencia sobre la conservación, protección y un manejo adecuado de los recursos turísticos en los cuales se desenvuelven las actividades.
  
- Promover la innovación en todo el campo turístico y sus actividades relacionadas ya que el involucramiento que genera expande sus impactos positivos o que afecten en menor medida posible convirtiéndose en una actividad sostenible y sustentable.
  
- Al momento de prestar cualquier tipo de productos turísticos se debe tener en cuenta las consecuencias positivas y negativas que esto acarreará posteriormente es por tal motivo que la prestación de servicios turísticos con calidad debe convertirse en una política para que todos los que intervienen en esta actividad global.

## CAPÍTULO VII

### BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ, José. 2008 Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.
- ÁLVAREZ, José, Estudio de Mercados Turísticos
- BOULLON, Roberto. 2008 Planificación del Espacio Turístico
- COORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LOS TERRITORIOS DE LAS CUENCAS DE LOS RÍOS CHANCHÁN Y CHIMBO/ Corredores de Turismo Sostenible.
- DICCIONARIO DE MARKETING de 2009, pág. 168.
- GARCÍA, Ana. 2003 Guía de Intervenciones para la Implementación de Productos Turísticos – Turismo Cultural.
- INMACULADA, Martin Rojo. 2005. Dirección y Gestión de empresas del Sector Turístico, págs., 337 – 345.
- KLOTLER, Philip. ARMSTRONG, Gary. 2008 Fundamentos del Marketing.
- OGANDO, P. MAMANI, E. FARIA, R. 2006 Actividad turística. El producto turístico.
- PÉREZ, Olivera. (2007). COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO. Madrid-España, Editorial Ariel. Página 48.
- MACHADO HERNANDEZ. 2009 Procedimiento para el diseño de producto turístico.
- MANUAL DE USO Y APLICACIÓN DE MARCA, Ministerio de Turismo. 2010.
- MILIO, Isabel. CABO, Mónica. 2009 Comercialización de Productos Turísticos.
- SAINZ, José. (2008). EL PLAN DE MARKETING EN LA PRÁCTICA. 12<sup>va</sup>. Edición, Madrid-España, Editorial ESIC. Páginas 103.
- VELOZ, Ivo. Técnicas de Guianza de 2008, págs. 6 – 7.

## LINCOGRAFÍA

- <http://suite101.net/article/producto-turistico---curso-practico-de-hosteleria-a27733axzz2KzeM4H1a>. 2013/04/08.
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definición-concepto.html>.2013/06/16.
- <http://www.masquenegocios.com/logotipos-yemblemas/45-definición-de-logotipo.html>.
- <http://www.cali.gov.com/publicaciones.phd?id=3212/11/05/2004>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Tr%C3%ADptico\\_\(comercial\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Tr%C3%ADptico_(comercial)). 2013/06/04.
- [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec) Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)
- [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec) Ministerio de Turismo del Ecuador.

## CAPÍTULO VIII

### 8. ANEXOS

#### 8.1 Anexos 1 Encuesta en Español



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE INGENIERIA  
ESCUELA DE GESTION  
TURISTICA Y HOTELERA**



#### **ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN COLTA**

**Encuestadora:** Mayra Pino Velasco

**Fecha:**

#### **OBJETIVO DE LA ENCUESTA:**

El propósito de la encuesta es obtener información sobre la opinión de los turistas que visitan el cantón Colta para el diseño de productos turísticos.

#### **INSTRUCCIONES**

- 1.- Trate de contestar todas las preguntas.
- 2.- Marque con una x el paréntesis que indica su respuesta.
- 3.- Escriba con letra clara los renglones donde sea necesario.
- 4.- Sus criterios son de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo.

Le agradecemos por su colaboración, al dar respuestas a estas preguntas la información que usted otorgue será manejada con la mayor confidencialidad.

**1.- ¿Cuáles su género?**

1. Masculino ( )

2. Femenino ( )

**2.- ¿Cuál es su estado civil?**

Soltero/a ( )

Casado/a ( )

Divorciado/a ( )

Unión Libre ( )

Viudo/a ( )

**3.- ¿Cuándo usted viaja lo hace?**

Solo ( )

Con familia ( )

Con amigos ( )

Familia / amigos ( )

**4.- ¿Le gustaría que se implemente el diseño de productos turísticos en el Cantón?**

Si ( )

No ( )

**5.- ¿Le gustaría que se implementen estos tipos de turismo en el cantón?**

Turismo natural ( )

Turismo cultural ( )

Turismo comunitario ( )

Turismo de aventura ( )

**6.- ¿Si desearía hospedarse en el cantón lo hiciera en?**

Cabañas Típicas ( )

Viviendas modernas ( )

Camping ( )

**7.- Para el servicio de guianza preferiría**

Guías Nativos ( )

Guías Bilingües ( )

Nativos/Bilingües ( )

**8.- ¿Qué actividades le gustaría realizar en el Cantón Colta?**

Camping ( )

Cabalgatas ( )

Caminatas ( )

Senderismo ( )

Convivencia ( )

Todas ( )

**9.- ¿Qué atractivos turísticos le gustaría visitar en el Cantón Colta?**

Laguna de Colta ( )

Iglesia de Balbanera ( )

Museo Histórico ( )

Casa Museo ( )

Vertientes de Cunucpogyo ( )

San Martín ( )

Todas ( )

**10.- ¿Cuántos días permanecería en el Cantón Colta?**

1 día ( )

2 días ( )

3 días ( )

Más de 3 días ( )

**11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por turismo al día?**

De 10 a 20 ( )

De 20 a 30 ( )

De 30 a 40 ( )

De 40 a 50 ( )

Más de 50 ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## 8.2 Anexo 2 Encuesta en Inglés



**POLLER:** Mayra Pino Velasco

**DATE:** (Month, day, year)

### **OBJECTIVE:**

The main objective is to obtain information from tourist who visits Colta, in order to design touristic products.

### **INSTRUCTIONS:**

1. Try to answer all questions, please.
2. Mark with “x” your answer.
3. Write clear letter if you need
4. Your opinions are very important to the development of this work.

**We appreciate your collaboration to give us your answers. Your information will be handling confidentially.**

### **1. Gender**

1. Male ( )
2. Female ( )



**2. Marital Status**

- Single ( )
- Married ( )
- Divorced ( )
- Free Union ( )
- Widow ( )

**3. When you travel, are you with?**

- Alone ( )
- Family ( )
- Friends ( )
- Family/friends ( )

**4. Do you like to do the desing of tourist product in Colta?**

- Yes ( )
- No ( )

**5. Would you like that will implement its types of tourism in Colta?**

- Natural tourism ( )
- Cultural tourism ( )
- Comuni3tary tourism ( )
- Adventure tourism ( )

**6. If you want to stay in Colta, what lodge would you prefer?**

- Typical cottage ( )
- Modern houses ( )
- Camping ( )

**7. What do you prefer as guide?**

- Natives ( )

Bilinguals ( )  
Natives/Bilinguals ( )

**8. What kind of activities would you like to do in Colta?**

Camping ( )  
Horseback riding ( )  
Walks ( )  
Hiking ( )  
Coexistence ( )  
All ( )

**9. What touristic places would you like to visit in Colta?**

Colta Lake ( )  
Balbanera Church ( )  
Historic Museum ( )  
House Museum ( )  
Cunucpogyo Slope ( )  
San Martin ( )  
All ( )

**10. How many days would you like to stay in Colta?**

1 day ( )  
2 days ( )  
3 days ( )  
More than 3 days ( )

**11. How much would you be minded to spend for tourism per day?**

From 10 to 20 ( )  
From 20 to 30 ( )  
From 30 to 40 ( )  
From 40 to 50 ( )  
More than 50 ( )

**THANK YOU VERY MUCH**

### 8.3 Anexo 3 Catastro del cantón Colta

COD	TIPO/ACTIVIDAD	CODIGO								NOMBRE	PARROQUIA	DIRECCION	CATEGORIA	NOMB/PROPIETARIO
		AV	HT	HR	P	HS	CT	R2	B					
hP.T.C. 001	Restaurante							1		Rey Dorado	Cajabamba	Av. Unidad Nacional e Ignacio del Castillo	Tercera	Segundo Martes Parra
P.T.C. 002	Restaurante							1		Restaurante Familiar	Cajabamba	Av. Unidad Nacional y 2 de Agosto	Tercera	Tomas Machado
P.T.C. 003	Restaurante							1		Restaurante "RITTS"	Cajabamba	Av. Unidad Nacional		Silvia Jara
P.T.C. 004	Restaurante							1		Asadero Restaurante "Colonial"	Cajabamba	Av. Unidad Nacional e Ignacio del Castillo		Hernán Montes
P.T.C. 006	Restaurante							1		Bar Restaurante "Tía Gladys"	Cajabamba	Riobamba Antigua y Carlos Zambrano		Gladys Sigcho
P.T.C. 007	Restaurante							1		ÑukaKuyani	Cajabamba	Av. Unidad Nacional y Juan Bernardo de León		Erika Massón
P.T.C. 008	Restaurante							1		Gatito Goloso	Cajabamba	Av. Unidad Nacional		Milton Cajas
P.T.C. 009	Restaurante							1		Carolina	Cajabamba	Av. Unidad Nacional y Juan Bernardo de León		Carmen Lucio
P.T.C. 010	Restaurante							1		María Esther (la choza)	Cajabamba	Av. Unidad Nacional		Rosa Daga
P.T.C. 011	Restaurante							1		Tía Rosa	Cajabamba	Riobamba Antigua y Goribar		Rosa Bastidas

P.T.C. 012	Restaurante							1		Ariana	Cajabamba	Av. Unidad Nacional e Ignacio Castillo		Janeth Cuji
P.T.C. 013	Restaurante							1		Rey Pollo	Cajabamba	Av. Unidad Nacional		María Eugeña Chaves Paucar
P.T.C. 016	Restaurante							1		Mary	Cajabamba	Av. Unidad nacional y Riobamba Antigua		José Manuel Betún
P.T.C. 017	Restaurante							1		Tentadero Burger	Cajabamba	Av. Unidad Nacional		María Pelaes
P.T.C. 018	Restaurante							1		Cevichería Su Amiga	Cajabamba	Av. Unidad Nacional		Alberto Ríos
P.T.C. 019	Pensión						1			Hostal Colta	Cajabamba	Av. Unidad Nacional e Ignacio del Castillo		AntoñoCurichumbi
P.T.C. 020	Pensión						1			Hotel SumakPacari	Cajabamba	Av. Unidad nacional Y Av. Del maestro		Manuel Guacho

#### 8.4 Anexo 4 Anteproyecto



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE INGENIERIA**

**ESCUELA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL CANTÓN COLTA  
PERTENCIENTE AL CORREDOR TURÍSTICO SOSTENIBLE LAS  
LAGUNAS.

**AUTOR:**

Mayra Veronica Pino Velasco

**2012**

**ASPECTOS GENERALES:**

**TÍTULO DEL PLAN DE TRABAJO DE GRADUACIÓN**

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL CANTÓN COLTA  
PERTENECIENTE AL CORREDOR DE TURISMO SOSTENIBLE LAS  
LAGUNAS.

**AUTOR**

Mayra Verónica Pino Velasco.

• **COLABORADORES**

Lic. Ivo Veloz Mata

Msc. Silvia Aldaz

CODECH

• **LUGAR DE REALIZACIÓN**

Cantón Colta.

• **TIEMPO ESTIMADO DE ESTUDIO**

Tendrá una duración de seis meses.

• **BENEFICIARIOS**

CODECH

Cantón Colta

- **COSTO ESTIMADO**

Se estima un costo de \$.3000

- **FINANCIAMIENTO**

Préstamo del IECE

## **1.- TÍTULO**

Diseño de productos turísticos para el cantón Colta perteneciente al corredor de turismo sostenible “Las Lagunas”.

## **2.- PROBLEMATIZACIÓN**

### **2.1.- Identificación y descripción del problema**

El turismo es una de las actividades más importantes en nuestro país, debido a que genera recursos económicos y es la tercera fuente que genera divisas en el Ecuador, la riqueza del patrimonio natural y cultural del Ecuador ha posibilitado multiplicar la inversión y el empleo.

Ecuador gracias a su privilegiada posición, posee una gran variedad de recursos naturales y culturales, que lo posicionan en un impresionante destino turístico. Por tal razón la creación y gestión de nuevos productos turísticos nos obliga a explotar estos recursos de una manera sustentable en beneficio del cantón y de las futuras generaciones.

La carencia de productos turísticos y el desconocimiento de los atractivos por parte de los visitantes que llegan al cantón están ocasionando la migración de sus

habitantes hacia las ciudades grandes generando una inestabilidad en sus ingresos económicos y desmejorando así la calidad de vida de los mismos.

El turismo actualmente es una herramienta estratégica del desarrollo económico local, debido a que presta grandes oportunidades de explotar zonas en las que no existen otras alternativas de actividad económica. Es así que surge la idea de crear y ofertar productos turísticos hacia el cantón.

El estudio y diseño de productos turísticos que se plantea en el presente trabajo de investigación abarca en forma general la oferta turística que posee el cantón Colta, por ende el mencionado diseño trata de explotar de una manera controlada los recursos naturales y culturales de la región a largo plazo para lograr la total satisfacción de los visitantes nacionales y extranjeros.

De esta manera la creación de nuevos productos permitirá ofertar los atractivos turísticos de la región, combinando así atractivos y servicios que generalmente se compran por separado, ofreciéndolos como un producto único, integrado como precio fijo y en una sola transacción.

## **2.2.- Análisis crítico**

La inexistencia de productos turísticos en el cantón Colta, hace que existan efectos negativos entre ellos: el aislamiento turístico el mismo que se ve reflejado en los recursos económicos que las empresas e instituciones reflejan cada año, desatención de la autoridades es un síntoma para que los proyectos, emprendimientos se hayan visto truncados o simplemente queden en papeles, y dan lugar al enorme desaprovechamiento turístico, cultural, natural y social.

## **2.3.- Prognosis**

La creación de diseños turísticos ayudará al fortalecimiento y mejoramiento de la cultura turística, promoción del cantón los mismos que los mismos que sirven de



apoyo para enlazar atractivo turístico con servicio turístico y que es vendido como promoción turística en distintos lugares.

#### **2.4.- Delimitación**

Las principales delimitaciones que se pueden encontrar en la realización de esta investigación son principalmente el tiempo, el espacio físico y la búsqueda de información.

#### **2.5.- Formulación del problema**

¿Qué resultados se obtendrá con el diseño de productos turísticos para el cantón Colta perteneciente al corredor turístico sostenible “Las Lagunas”.

#### **2.6.- Objetivos**

##### **2.6.1. Objetivo General**

- Diseñar productos turísticos para el cantón Colta perteneciente al corredor de turismo sostenible “Las Lagunas”

##### **2.6.2 Objetivos Específicos**

- Elaborar el diagnóstico situacional del corredor turístico sostenible “Las Lagunas”.
- Validarlos atractivos turísticos del cantón Colta.
- Realizar el estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda potencial insatisfecha del proyecto.

## **2.7.- Justificación**

Colta es un cantón de la provincia de Chimborazo, famosa por sus ferias indígenas y su principal atractivo la Laguna de Colta. Se encuentra al noroccidente de la provincia de Chimborazo, a 18 Km de la ciudad de Riobamba.

La presente investigación tiene como objetivo diseñar productos turísticos para el corredor turístico sostenible “Las Lagunas”, ya que el proyecto promueve la generación de fuentes de ingresos para los moradores del cantón Colta. En el cantón el turismo no se ha desarrollado con enfoques de sostenibilidad, por lo que la ejecución del proyecto fomentaría notablemente a este sector, propiciando la creación de productos turísticos. Además contribuirá a mejorar la imagen turística del sector y una mayor valoración de su riqueza natural y cultural por parte de la población.

El estudio y diseño de productos turísticos que se plantea en el presente trabajo de investigación abarca en forma general la oferta turística que posee el cantón Colta, por ende el mencionado diseño trata de identificar la oferta para explotar de una manera controlada los recursos naturales y culturales de la región a largo plazo para lograr la total satisfacción de los visitantes nacionales y extranjeros.

De esta manera la creación de nuevos productos permitirá ofertar los atractivos turísticos de la región, combinando así atractivos y servicios que generalmente se compran por separado, ofreciéndolos como un producto único, integrado como precio fijo y en una sola transacción, además esta propuesta servirá como una guía de comercialización para las autoridades y todas las empresas involucradas a este sector. Se trata de una selección de puntos a considerar y acciones a tomar dentro de una concepción estratégica común, para los responsables de la administración del destino turístico, de tal forma que puedan orientar eficazmente a los mercados más rentables para asegurar el éxito, y lograr un posicionamiento estratégico del Cantón como destino turístico, extender el turismo geográficamente y así conseguir la permanencia del turista por más tiempo.

Al hablar del sector rural de la ciudad, tenemos atractivos turísticos aun no explotados y visitados en especial en el cantón Colta por lo que admite crear un diseño de productos turísticos que son elementos materiales e intangibles diseñados para satisfacer las necesidades y expectativas del consumidor.

De acuerdo a este contexto se requiere realizar un desarrollo específico el diseño de los productos turísticos. Hoy en día es evidente la necesidad de efectuar una adecuada planificación si se desea que un determinado espacio, lugar o zona turística pueda llegar a tener un valor importante como producto turístico y consiguientemente pueda ser relevante dentro de la economía local de la zona.

La adecuada optimización de los recursos disponibles en el territorio es vital, por lo que es necesario ayudar y coordinar diferentes disciplinas que intervienen en el desarrollo turístico y sobre todo tener estrategias adecuada del producto y comercialización del mismo, pueden suponer la diferencia entre obtener un producto competitivo o un producto mediocre que tienda a desaparecer con el tiempo. La actual situación del mercado donde la necesidad de obtener productos altamente competitivos es clave para la continuidad económica de los mismos, además impone la necesidad de desarrollar los productos turísticos según un plan elaborado.

### **3.- MARCO TEÓRICO**

#### **3.1.- Antecedentes del tema**

Desde la prehistoria, el hombre ha tenido necesidad de desplazarse con fines comerciales y de intercambio, por lo que ha necesitado alojarse en diversos puntos geográficos, en este tiempo, se intercambiaba el hospedaje por mercancías. En un principio surgen hoteles y restaurantes de lujo al alcance de las clases acomodadas que cobran unas tarifas que son imposibles de pagar para los demás, pero con el

surgimiento de la sociedad del bienestar, comienzan a surgir otros lugares más modestos y al alcance de todos los bolsillos.

De esta manera, la investigación, está encaminada a diseñar paquetes turísticos para el cantón Colta, con la finalidad de ubicar así un gran potencial turístico y eco turístico que aún no ha sido explorado, a fin de lograr incrementar el número de turistas nacionales y extranjeros, presentando alternativas válidas para su conocimiento a nivel internacional.

Por ello preocupado por ofertar productos turísticos he palpado la necesidad de diseñar productos turísticos para el cantón Colta perteneciente a la provincia de Chimborazo en donde el turista podrá escoger entre algunos productos que van a ser ofertados el cantón Colta.

### **3.2.- Enfoque teórico**

Desde la prehistoria, el hombre ha tenido necesidad de desplazarse con fines comerciales y de intercambio, por lo que ha necesitado alojarse en diversos puntos geográficos, en este tiempo, se intercambiaba el hospedaje por mercancías. En un principio surgen hoteles y restaurantes de lujo al alcance de las clases acomodadas que cobran unas tarifas que son imposibles de pagar para los demás, pero con el surgimiento de la sociedad del bienestar, comienzan a surgir otros lugares más modestos y al alcance de todos los bolsillos.

De esta manera la investigación está encaminada a diseñar productos turísticos para el cantón Colta, con la finalidad de ubicar así un gran potencial turístico y eco turístico que aún no ha sido explorado, a fin de lograr incrementar el número de turistas nacionales y extranjeros presentando alternativas válidas para su conocimiento a nivel internacional. Además se ha identificado que existe información de atractivos turísticos que solo son publicados en el internet, y en medios impresos como: folletos, trípticos, volantes, guías turísticas, etc.,

realizados por el Municipio de este cantón y la Regional Sierra Centro de Turismo.

Pero esta información no ha sido muy eficiente al momento de captar clientes potenciales, porque no se ha elaborado con un estudio previo al momento de diseñar el producto turístico y empleo medios más adecuados para su distribución y comercialización en mercados específicos a nivel nacional e internacional. Lo que ha ocasionado un desinterés por parte del turista para visitar este sitio ya que muchos de ellos desconocen la existencia del lugar.

Además de acuerdo a la fuente de información que presenta el CODECH (Corporación para el desarrollo de los territorios de las Cuencas de los ríos Chanchan y Chimbo) manifiesta que en el corredor turístico sostenible “Las Lagunas” perteneciente al cantón Colta no cuenta con productos turísticos, además los atractivos son promocionados individualmente. Por ello preocupada por ofertar productos turísticos he palpado la necesidad de diseñar productos turísticos para el cantón Colta perteneciente al corredor turístico sostenible “Las Lagunas”, donde el turista podrá escoger entre algunos productos que va a ofertar el cantón Colta.

### **3.3.-Definición de términos básicos**

**Turismo:** El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros.<sup>12</sup>

**Atractivo Turístico:** Son aquellos bienes tangibles o intangibles que posee un lugar o destino y que generan interés en el turista.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Organización Mundial de Turismo (OMT)

<sup>13</sup> Paula Moreno, “Fundamentos Turísticos y Hoteleros”

**Paquete Turístico:** Es un producto que se comercializa de forma única. Contiene dos o más servicios de carácter turístico, como alojamiento, manutención y transporte, por el cual se abona un precio dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.<sup>14</sup>

**Ruta:** Es la vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de los itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de valores paisajísticos, culturales, humanos y naturales, que realizan el centro lineal de atención.<sup>15</sup>

**Itinerario:** Es el recorrido establecido trazando en los mapas correspondientes y que comprende: punto de origen, punto de toque y punto definitivo del destino.<sup>16</sup>

**Recursos Turísticos:** Es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico - cultural.<sup>17</sup>

**Producto Turístico:** Constituido por el conjunto de aspectos tanto naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita. La primera parte del producto turístico la constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia del hombre en los lugares distantes al habitual.<sup>18</sup>

### **3.4.-Hipótesis**

Como el diseño de productos turísticos para el corredor turístico sostenible “Las Lagunas” dinamizará el sector económico, social y turístico de los habitantes de las localidades involucradas.

---

<sup>14</sup> Paula Moreno, “Fundamentos Turísticos y Hoteleros”

<sup>15</sup> Margoth Cali, “Geografía Turística”

<sup>16</sup> Paula Moreno, “Fundamentos Turísticos y Hoteleros”

<sup>17</sup> Internet [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)

<sup>18</sup> Geografía Turística Ing. Margot Cali Pereira

## **4.- METODOLOGÍA**

### **4.1.- Tipo de estudio**

En cuanto al tipo de investigación que se utilizará en el proyecto es; la investigación de campo, este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones; y la investigación descriptiva, mediante este tipo de investigación se utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades.

### **4.2.- Población y muestra**

Para determinar el tamaño de la muestra de la presente investigación, se va a tomar en cuenta datos estadísticos proporcionados por la Unidad de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Colta donde se conoce que en el año 2007 ingresaron 11520 turistas.

Para obtener el tamaño total de la población de turistas que visitaron el cantón Colta se realizó proyecciones hasta el año 2012 que es de 14703, con una tasa de crecimiento turístico del 5%; de los cuales el 70% son turistas nacionales y el 30% son turistas extranjeros.

#### **Tamaño de la muestra**

Al conocer la población objetivo, procedemos a identificar cuál será la muestra, para lo cual se aplica la siguiente fórmula:

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

**Dónde:**

**N**= Población

**E**= margen de error admisible (5%).

**E<sup>2</sup>**= Elevado a la potencia 2 (es decir que el margen de error se eleva al cuadrado)

**n**= Tamaño de la muestra

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

$$n = \frac{14703}{(14703 - 1)0.05^2 + 1}$$

$$n = 389 \text{ encuestados}$$



### 4.3 Operacionalización de las variables

**CUADRO N° 1**

**Operacionalización de las variables**

VARIABLES	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	INSTRUMENTOS
<b>INDEPENDIENTE</b> Producto turísticos	El conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores.  (OMT, 1998).	Bienes y servicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>Números y tipos de actividades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuestas</li> <li>Estadísticas</li> <li>Entrevistas</li> <li>Catastros</li> </ul>
		Consumo turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estadísticas</li> <li>Registros</li> </ul>	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Local</li> <li>Regional</li> <li>Nacional</li> <li>Internacional</li> </ul>	
<b>DEPENDIENTE</b> Dinamizará el sector económico, social y turístico	Desarrollo socioeconómico nivel de ingresos que influyen en el sistema social orientados a mejorar la calidad de vida de los seres humanos.	Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Empleo</li> <li>Precio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Observación directa</li> <li>Encuestas</li> <li>Entrevistas</li> <li>Catastros</li> </ul>
		Sistema social	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estabilidad de mercado</li> <li>Competitividad</li> </ul>	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Índices de bienestar social</li> </ul>	

**Elaborado por:** Mayra Pino V.

#### **4.4.- Procedimientos**

Para la recolección de la información que nos será de mucha utilidad, en el diseño de productos turísticos para el cantón Colta, aplicaremos encuestas a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Cantón, con la finalidad, que esta información recolectada nos sirva para elaborar la propuesta de nuestro trabajo de investigación.

#### **Técnicas**

##### **➤ La encuesta**

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

##### **➤ La observación**

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

#### **4.5.- Procesamiento y análisis**

El procesamiento de la información recopilada en la presente investigación se lo realizara de la siguiente manera:

- Se realizará una revisión total de la información recogida que arrojó la investigación del trabajo.

- Una vez revisada la información se procederá a realizar una limpieza de la información defectuosa, desechando lo que no es útil para los fines de la investigación.
- En lo referente a la formulación de las encuestas se procederá a realizar su respectiva tabulación mediante la ilustración gráfica, sea esta en pasteles o barras, este método nos permitirá tener una información ordenada y clara del trabajo realizado.
- Recopilada la información y realizada la tabulación se efectuará un estudio estadístico, y un análisis e interpretación de los resultados de una manera objetiva.

## 5.- MARCO ADMINISTRATIVO

### 5.1.- Recursos humanos

CANTIDAD	DENOMINACIÓN	FUNCIONES A REALIZAR
1	Estudiante	Desarrollo de actividades
2	Docentes	Tutoría, coordinación, seguimiento y evaluación

### Recursos materiales

CANTIDAD	DENOMINACIÓN	DESCRIPCIÓN
1	Libreta de apuntes	Recolectar información
300	Hojas de papel bond	Elaboración del informe
2	Bolígrafos	Apunte de información

### Recursos técnicos

CANTIDAD	DENOMINACIÓN	DESCRIPCIÓN
1	Computadora	Elaboración del informe
1	Impresora	Impresión del informe
1	GPS	obtener puntos de referencia

## 5.2.- Presupuesto

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUB TOTAL
Libreta de apuntes	1	0,80	0,80
Hojas de papel bond	300	0,02	6
Bolígrafos	2	0,25	0,50
Varios			2992,7
<b>TOTAL</b>			<b>3000</b>

### 5.3.- Cronograma

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

## 6.- BIBLIOGRAFÍA

- ❖ Dr. Álvarez José. “Formulación y evaluación de proyectos de inversión. 2008” pág. 2
- ❖ Lic. Ivo Veloz “Métodos y técnicas de guiar”.
- ❖ Ing. Margot Cali Pereira “Geografía turística”
- ❖ Ing. Paula Moreno “Fundamentos Turísticos y Hoteleros”
- ❖ <http://www.gestiopolis.com>
- ❖ <http://www.enmegidter.com>
- ❖ <http://www.altavista.com>
- ❖ <http://www.lexusedotores.com>
- ❖ <http://www.ministeriodeturismo.com.ec>
- ❖ <http://www.ministeriodelambiente.gov.ec>