



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA.

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

TRABAJO DE GRADUACIÓN

**ESTUDIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE
INTERPRETACIÓN TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL
CANTÓN CHAMBO PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

AUTOR:

Juan Sebastián Cevallos Montalvo

DIRECTORA:

Ing. Paula Moreno Aguirre

Riobamba – Ecuador

2015

Los miembros del Tribunal de Graduación del proyecto de investigación de título: **“ESTUDIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE INTERPRETACIÓN TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN CHAMBO PROVINCIA DE CHIMBORAZO.”**, presentado por el estudiante Juan Sebastián Cevallos Montalvo y dirigido por la Ing. Paula Moreno Aguirre.

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

Para constancia de lo expuesto firman:

Ing. Paula Moreno Aguirre

Directora del Proyecto de Investigación

Firma

Msc. Diego Calvopiña

Presidente del Tribunal

Firma

Dr. Héctor Pacheco

Miembro del Tribunal

Firma

DERECHOS DE AUTORÍA

La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Graduación, nos corresponde exclusivamente a: Juan Sebastián Cevallos Montalvo y a la Ing. Paula Moreno; el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Nacional de Chimborazo.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Juan Cevallos", enclosed within a large, loopy blue oval scribble.

Juan Sebastián Cevallos Montalvo

060395097 – 3.

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado principalmente a Dios por ser mi guía en esta trayectoria de mi vida. A mi esposa por ser mi apoyo incondicional en todo momento, a mi hija dedico este esfuerzo a ella que me impulsa a ser mejor cada día, a mis padres que siempre me han apoyado en mi carrera universitaria con esmero y amor.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Chimborazo y al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chambo por permitirme el desarrollo de la presente investigación y a la Ing. Pauli Moreno por ser mi guía con sus consejos y apoyo excepcional en estos años de formación de mi carrera.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	IX
RESUMEN.....	XI
CAPÍTULO I.....	1
1. MARCO REFERENCIAL	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA.....	1
1.3. OBJETIVO.....	2
1.3.1 Objetivo General	2
1.3.2 Objetivos Específicos	2
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	3
CAPÍTULO II.....	4
2. MARCO TEORICO	4
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	4
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	5
2.2.1 Implementación.....	5
2.2.2 Interpretación	5
2.2.3 Centro de Interpretación.....	5
2.2.4 Los medios interpretativos	7
2.2.5 La interpretación auto guiada.....	7
2.2.6 La interpretación guiada.....	8
2.2.7 Planificación Interpretativa	8
2.2.8 Proceso de la planificación Interpretativa	9
2.2.9 Desarrollo Turístico.....	9
2.2.10 Demanda Turística	10
2.2.11 Guía de turismo	11
2.2.12 Política Turística	11
2.2.13 Formulación de objetivos de planificación	12
2.2.14 Recopilación de información.	12
2.2.15 Etapas de un Proyecto	13
2.2.16 Estudios que se realizan en un Proyecto	14
2.2.17 Inventario Interpretativo.....	16
2.2.18 Diseño de Medios Interpretativos	16
2.2.19 Clasificación de Medios Interpretativos.....	17
2.2.20 Ecología.....	18
2.2.21 Ambiente.....	18
2.2.22 Medio Ambiente.....	18
2.2.23 Ecosistema.....	19
2.2.24 Recursos Naturales.....	19
2.2.25 Recurso Natural no Renovable.....	19
2.2.26 Recurso Natural Renovable.....	19
2.2.27 Biodiversidad	20
2.2.28 Especie	20
2.2.29 Atractivo turístico.....	21
2.2.30 Clasificación de los atractivos naturales o culturales	21
2.2.31 Bosques	22
2.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	24

CAPITULO III.....	26
3. MARCO METODOLÓGICO	26
3.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	26
3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	26
3.3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	27
3.4. SEGMENTACION DE MERCADO	27
Turistas Nacionales y Extranjeros que ingresan al Cantón Chambo	29
3.5. FORMULA:	30
3.6. NECESIDADES DE INFORMACIÓN	31
3.7. FUENTES DE INFORMACIÓN	32
CAPITULO IV	35
4. RESULTADOS	35
4.1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	35
4.2. ASPECTOS FÍSICOS	35
4.3. SITUACIÓN POLÍTICA ADMINISTRATIVA.....	38
4.4. ASPECTOS ORGANIZATIVOS DEL CANTÓN.....	39
4.5. LÍNEA DE BASE DEMOGRÁFICA	40
4.6. TABULACIÓN.....	44
CAPÍTULO V.....	57
5. CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES	57
5.1. CONCLUSIONES	57
5.2. RECOMENDACIONES	58
CAPÍTULO VI.....	59
6. PROPUESTA	59
6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA.....	59
6.2. OBJETIVO GENERAL	59
6.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	59
6.4. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	60
6.5. OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA	60
6.9. INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES DEL CANTÓN CHAMBO	66
6.10. DEMANDA TURÍSTICA.....	77
6.11. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	78
6.12. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA	79
6.13. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	81
6.14. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN	81
6.15. ESTUDIO TÉCNICO	86
6.17. MISIÓN.....	98
6.18. VISIÓN	98
6.19. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO	107
6.20. EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	111

CAPÍTULO VII.....	121
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	121
7.1. CONCLUSIONES	121
7.2. RECOMENDACIONES	122
BIBLIOGRAFÍA.....	123
LINCONGRAFÍA.....	124
ANEXOS.....	125

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador el turismo se ha incorporado como política de estado por ello, el Ministerio de Turismo funciona como organismo coordinador, y sus actores están llamados a involucrarse y mejorar la visión progresiva y el compromiso de asociar esfuerzos de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales Rurales, catalizando la inversión privada y el fortalecimiento de los esfuerzos de promoción y comercialización de recursos naturales y culturales.

Los municipios también están involucrados en el desarrollo turístico de cada uno de sus cantones, su función se fundamenta en la relación directa con los Centro de Interpretación Turística. La calidad de servicio es una herramienta competitiva en el mercado por cuanto que vender un producto no solo es ofrecer el servicio, sino que es la forma de saber cómo se lo hace y a quien se lo hace, con el fin de lograr satisfacción al cliente y por ende esto generará fortalecimiento económico

El Cantón Chambo se encuentra en constante evolución turística, buscando mejorar sus atractivos turísticos, vías de acceso e información y promoción, con el fin de satisfacer a los turistas que llega Para el óptimo desarrollo de este proyecto es conveniente realizar una adecuada investigación acerca de las necesidades de nuestros turistas potenciales, así como también de la diversidad de servicios que estaríamos en capacidad de brindar. A continuación tenemos los capítulos que se utilizó para desarrollar el estudio:

En el primer capítulo encontramos el Marco Referencial; en el cual se detalla el planteamiento del problema, los objetivos: general y específicos y la justificación de la investigación.

En el segundo capítulo consta el Marco Teórico y su Fundamentación, donde se explica los conceptos y definiciones de términos más utilizados, la Operacionalización de Variables de la Oferta y la Demanda.

En el tercer capítulo se desarrolla el Marco Metodológico; en el que se detalla el tipo de estudio utilizado para el desarrollo de esta investigación; la población y muestra, el tamaño de la muestra y los procedimientos.

En el cuarto capítulo tenemos los resultados de encuestas realizadas a los turistas nacionales, extranjeros.

En el quinto capítulo constan las conclusiones y recomendaciones de la investigación, en las cuales se permite apreciar la situación turística actual del cantón Chambo

En el sexto capítulo está la propuesta de la investigación en donde se describe los diferentes tipos de estudio de la Investigación: El Estudio de Mercado para determinar la demanda potencial insatisfecha, los precios y canales de comercialización, posteriormente se realizó el Estudio Técnico con la descripción del tamaño, la localización e ingeniería del proyecto tomando en cuenta que será una dependencia pública, encargada de brindar servicios gratuitos a los turistas nacionales y extranjeros que visiten el Cantón, indicando la demanda potencial insatisfecha.

Se realizó el Estudio Administrativo – Legal para organizar la empresa, se analizó la viabilidad financiera con el Estudio Económico – Financiero estimando los gastos de implementación y adecuación para el funcionamiento del Centro de Interpretación Turística.

Finalmente se hizo el Estudio de Evaluación para medir su valor económico y social a través de técnicas e indicadores de evaluación, los cuales determinan la óptima de inversión

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal, orientar a las autoridades del Cantón Chambo con un “Estudio para la implementación de un Centro de Interpretación Turística”, el mismo que esté dotado con las herramientas administrativas y los recursos necesarios de planificación en el desarrollo del turismo cantonal. Para conseguir los resultados programados se realizó varios estudios: en primera instancia fue el Estudio de Mercado en donde se determinó la oferta y la demanda existente en el Cantón Chambo; la misma que es de 18576 turistas, datos que están tabulados considerando turistas nacionales y extranjeros, alcanzando así un 90% es decir 16718 turistas nacionales y el 10% es decir 1858 que corresponde a turistas extranjeros. En el Estudio Técnico se consideró el tamaño, la localización y la ingeniería del proyecto tomando en cuenta que será una dependencia pública encargada de brindar servicios gratuitos a los turistas nacionales y extranjeros que visiten el cantón; determinando una demanda potencial insatisfecha con la implementación física del Centro de Interpretación Turística que comprenderá 3 áreas que son: secretaría, una área de interpretación equipada y un informador turístico. El Estudio Administrativo Legal determinó la estructura organizacional para constituir el Centro de Interpretación Turística sujetándose a la estructura orgánica municipal, fijando responsabilidades administrativas, con el fin de crear una oficina especializada, la misma que permitirá, planificar el desarrollo del turismo en donde se fomentará la inversión, en proyectos, que ira en beneficio de sus habitantes, generando una actividad turística local y sobre todo potencializando los recursos naturales de la zona. En el Estudio Financiero se estimó que los gastos de implementación y adecuación ascienden a: presupuesto operativo 6.000 USD, presupuesto administrativo 2.180 USD, presupuesto promocional 4.200 USD, reflejando un costo total de 12.380 USD para su funcionamiento. En el Estudio de Evaluación, se ha considerado el valor económico y social por medio de ciertas técnicas e indicadores de evaluación, en los cuales se determina la alternativa viable y óptima de inversión, previo a la toma de decisiones en la ejecución del proyecto.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INGENIERÍA
CENTRO DE IDIOMAS



Lic. Lucía Larrea

26 de Noviembre 2015

SUMMARY

The present research has as main objective guide to the authorities from the Chambo town in the implementation of a Tourist Interpretation Centre, it is equipped with the administrative tools and resources planning in tourism development cantonal. To achieve the planned results conducted several studies: in the first instance was the Study Market where supply and demand in the Chambo town; there are approximately 18576 tourists, data are tabulated considering domestic and foreign tourists, reaching 90% is 16718 domestic tourists and 10% is 1858 which corresponds to foreign tourists. Technical Study consider the size, location and project engineering taking into account that a public agency is responsible for providing free services to domestic and foreign tourists visiting the Canton; determining a potential unmet demand with the physical implementation of Tourist Interpretation Centre which will include three areas are: secretariat, a performance area and a tourist informant equipped. The Administrative Study Legal determined the organizational structure to form the Tourist Interpretation Centre holding on to the municipal organizational structure, setting administrative responsibilities, in order to create a specialized office, it will allow, plan tourism development where they promote investment projects, which will benefit their inhabitants, creating a local tourism and especially potentiate the natural resources of the area. The Financial study estimated that the costs of implementation and adjustment totaled: \$ 6,000 operating budget, administrative budget of \$ 2,100, \$ 4,200 promotional budget, reflecting a total cost of \$ 12,300 for its operation. In the evaluation study, we have considered the economic and social value through certain techniques and evaluation indicators, where feasible and optimal investment alternative, prior to decision-making in project implementation is determined.



CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El cantón Chambo es rico en cuanto a atractivos naturales y culturales pero al no constar con un centro de interpretación turística muchas personas del sector y turistas que visitan el Cantón desconocen de estos atractivos.

El desconocimiento de dichos atractivos, limitan el desarrollo turístico de los mismos en el Cantón; siendo así que el origen del problema se manifiesta en que no hay una adecuada difusión de los atractivos turísticos más potenciales que posee el Chambo.

Es por ello la necesidad de proponer un estudio para la implementación de un centro de interpretación turística para el cantón Chambo para un mejor desarrollo turístico.

1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cómo un Centro de Interpretación Turística contribuye al desarrollo de los atractivos turísticos del Cantón Chambo?

1.3. OBJETIVO

1.3.1 Objetivo General

Realizar un estudio para la implementación de un Centro de Interpretación Turística para el desarrollo turístico del cantón Chambo provincia de Chimborazo.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente los temas relacionados con la propuesta.
- Realizar el diagnóstico turístico situacional del Cantón Chambo provincia de Chimborazo.
- Definir los atractivos turísticos a ser interpretados.
- Formular una propuesta para contribuir con la solución de la problemática.

1.4. JUSTIFICACIÓN

Cuando se habla de un Centro de Interpretación Turística debemos pensar en un lugar al que concurren muchas personas en busca de información que les permita programar su estadía, el tiempo de permanencia, el acceso a lugares, de interés, programas y servicios que satisfagan sus necesidades. Hoy en día un Centro de Interpretación Turística es la imagen resumida de una ciudad o lugar característico, de su gente, su cultura y su capacidad de sociabilidad. Por lo tanto la calidad de la información entregada, juega un rol importante, los servicios que acompañan a esa entrega, la capacidad de acoger y agradar al visitante a través de un espacio poli funcional; por el contrario la carencia de un Centro de Interpretación Turística ha dado cabida, para que el progreso del cantón Chambo sea deficiente, porque repercute negativamente en la calidad del servicio turístico en las área como: alojamiento, lugares de interés, restauración, entretenimiento, transporte entre otros, por que el turista no cuenta con la información adecuada para poder elegir en el tiempo de su recreación y así la parroquia ha perdido la oportunidad de lograr una considerable demanda satisfecha. El turismo ha sido descuidado, aun por los propios interesados en el mismo, es por esto que la promoción de los atractivos turísticos en un Centro de Interpretación es esencial porque dicho lugar está constituido por un espacio físico y virtual donde se brinda información con material publicitario apoyado en la tecnología con la finalidad de generar conocimiento, promoviendo la investigación en los usuarios y la contratación de los servicio que ofrece el cantón.

El propósito de la presente investigación justifica el deseo de contribuir al progreso del turismo en la cantón Chambo con la creación de este Centro que brindará al público información primaria en cuanto: atractivos turísticos, actividades de interés, horarios, tarifas, rutas, sugerencias de seguridad, contenido de un tema o una actividad específica porque generalmente sólo se conoce de manera parcial o en algunos casos se desconoce, por su grado de complejidad o por su desvinculación con la vida cotidiana de las personas. Por esto se procura que el visitante se interiorice en un tiempo breve con lo que allí ocurre logrando despertar su interés y de esta forma ofrecer servicio de calidad, lo cual abriría otros horizontes promoviendo oportunidades de un mejor nivel de vida de la población receptora y evitará la migración hacia otras zonas turísticas.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En el Cantón Chambo en el año 2005 se realizó el plan para el Desarrollo Integral de la Economía Chambeña, en el que a nivel de turismo determina que la Municipalidad por medio del Departamento de Turismo deberá realizar la promoción de servicios turísticos a través de una corporación de turismo que pertenezca al gobierno local, la cual debería trabajar por la ampliación de la capacidad turística de Chambo, buscando nuevas fuentes de turismo y realizando alianzas con operadoras turísticas y regionales de turismo para fomentar el turismo ecológico y artesanal.

Así también le correspondía realizar eventos culturales-turísticos para masificar el turismo y mejorar las condiciones de infraestructura básica con la acción del gobierno local, pero todos estos puntos planteados aún no han sido iniciados puesto que el Departamento de Turismo no se formó.

Más tarde en el año 2008 la I. Municipalidad del Cantón Chambo expide una ordenanza que crea y regula la Unidad Municipal de Gestión Ambiental y Turismo, en el que se dictaminan varios puntos entre ellos: los ámbitos y competencias de la Unidad Municipal de Gestión Ambiental y Turismo, la estructura administrativa, los ingresos municipales, los mecanismos de gestión y algunas disposiciones generales; que a la fecha no tienen validez puesto que no existe ningún técnico que se encargue de la Gestión Turística del Cantón.

En el mes de enero del presente año se crea la Unidad de Turismo como dependencia del Municipio donde según el Plan de Ordenamiento Territorial 2014 – 2019 se toma en cuenta al turismo de una manera efímera siendo así que no se ha considerado realizar la difusión de los atractivos más potenciales que posee el Cantón; es así que se dispone a realizar un estudio sobre la Implementación de un Centro de Interpretación Turística para el desarrollo turístico del cantón Chambo provincia de Chimborazo.

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Implementación

La implementación es el proceso cuyo fin es dar cumplimiento a los requisitos establecidos en una determinada norma de calidad turística (CORDOVA, Padilla Marcial, 2010)

2.2.2 Interpretación

(Freeman Tilden , 1957) “La interpretación es una actividad educativa que pretende revelar significados e interrelaciones a través del uso de objetos originales, por un contacto directo con el recurso o por medios ilustrativos, no limitándose a dar una mera información de los hechos”. (Esta fue la primera definición “académica” de la interpretación, y no estuvo exenta de polémica por su encabezamiento: "una actividad educativa..." El empleo del término "educativa" se prestó a muchas confusiones, puesto que en los países anglosajones lo educativo lleva a pensar en escolares y en un marco curricular. Más tarde el propio Freeman Tilden reconoció este hecho, y así lo comentó en una de sus últimas conferencias (en 1975): lo que había querido decir era que "la interpretación es una actividad recreativa...", y que lo pondría de este modo en su libro si emprendiera una revisión del mismo).

2.2.3 Centro de Interpretación

Un centro de interpretación es un espacio que revela el significado y la relación del patrimonio con el visitante que llega hasta el sitio turístico que lo contiene, a través de experiencias directas y aplicando los principios, cualidades y estrategias de la disciplina. Normalmente está emplazado en la entrada del sitio o al inicio de su recorrido, dado que presenta una síntesis de los bienes culturales o naturales que se conservan o presentan (reservas naturales, museos, jardines botánicos, acuarios, zoológicos, sitios arqueológicos, etc.). En los centros de interpretación los visitantes tienen oportunidad

de recibir información significativa y experimentar vivencias con relación a los bienes del lugar (Bertonatti C, 2009)

Los centros de interpretación no solamente son para información general del área natural como: historia, evolución, tipos de especies o de la organización de actividades a realizar dentro del área sino también es para inculcar a los visitantes para la conservación del lugar con la finalidad que realicen sus actividades sustentables mediante la educación e interpretación ambiental. (Bertonatti C, 2009)

a.- Donde y con quien lo hacemos

Los procesos de interpretación turística generalmente se desarrollan en áreas protegidas con una alta vocación ecoturística, dado que el hecho de desarrollar este tipo de procesos, permite sensibilizar a la comunidades cercanas y visitantes que llegan al área protegida, frente a los objetivos de conservación de la misma, propiciando de esta manera una motivación que permita que el individuo se apropie del área y empiece a construir imaginarios turísticos a que apoyen la gestión del área protegida, a continuación presentamos algunos elementos a considerar en la planeación de un programa interpretativo

b.- Para qué?

En términos del plan de manejo sería ¿Cuáles son los objetivos de conservación que se pretenden abordar, que tipo de problemáticas, amenazas o situaciones positivas relacionadas con dichos objetivos?

c.- Definir el tipo de público o actor social

Es necesario, tener en cuenta cuales son las relaciones de éstos con el área protegida, sus motivaciones y expectativas para entrar en contacto con el área.

d.- Qué esperamos del programa: Tener claro la reelección y actitudes que se quieren propiciar y generar en el público y actores sociales con el desarrollo del programa.

e.- Que queremos mostrar: Nos debemos plantear la inquietud en torno a cuales valores naturales y culturales vamos a generar reflexión y búsqueda de actitudes

armónicas con los ecosistemas, de acuerdo con esto se debe determinar la información relacionada con los valores naturales y culturales que se quiere compartir con los actores.

f.- A través de qué medios: Es cuestión de definir cómo se va a plantear el programa para lograr los objetivos planteados anteriormente, ¿a través de un sendero, centro de interpretación, folletos, etc.?

g.- Plan de seguimiento: Es importante establecer un sistema de monitoreo donde se contemple:

- ✓ Alcances del programa sobre el grupo objetivo.
- ✓ Sostenibilidad económico.
- ✓ Capacidad de carga, o en su efecto indicador de impacto.
- ✓ Mercadeo y divulgación.
- ✓ Evaluación.

2.2.4 Los medios interpretativos

Los medios interpretativos se dividen en dos categorías. Una de ellas se conoce como “impersonal” o auto guiada y la otra como “personal” o guiada (DAWSON, 1999, 1999)

2.2.5 La interpretación auto guiada

Utiliza instrumentos como, exhibiciones, señales, rótulos fijos, folletos, o aparatos audiovisuales y presenta la ventaja de que es más económica y está a disposición del público en todo momento, además de que libera al personal para que trabaje en otras áreas que necesariamente requieren compañía.

Por otra parte el impacto sobre el ambiente puede ser menor ya que las personas pueden realizar el recorrido solas, o en grupos pequeños siendo menor la presión sobre el ecosistema. Los servicios impersonales se recomiendan cuando el medio que se interpreta es un área donde el flujo de visitantes es amplio y constante durante el día o el año. En los

casos donde la audiencia está iniciando el proceso educativo formal, este tipo de interpretación puede ser menos efectivo, por lo que se recomienda el medio “personal” o guiado (Ministerio de Turismo , 2014)

2.2.6 La interpretación guiada

Incluyen paseos o giras, charlas interpretativas, discusiones, guiadas, en las cuales una persona va a interpretar el ambiente natural o cultural para la audiencia. En este tipo de interpretación el costo económico es más elevado, en cuanto debe haber siempre una persona disponible para quienes desean hacer el recorrido. Los paseos guiados se recomiendan para grupos escolares o grupos regulares pequeños y para familias.

Es importante que el tamaño del grupo sea menor a 30 personas, ya que grupos más numerosos pueden causar un impacto ambiental negativo sobre los ecosistemas del lugar. (Ministerio de Turismo , 2014)

2.2.7 Planificación Interpretativa

La planificación interpretativa asegura la excelencia en interpretación. Una herramienta para el turismo, la difusión in situ del patrimonio y la puesta en valor de los lugares de interés (MORALES J, 2001)

La planificación interpretativa permite analizar y tomar decisiones. La presentación al público de un lugar de importancia patrimonial (natural o cultural) requiere que desarrollemos un proceso metodológico de análisis y toma de decisiones para llegar a tan deseado resultado final: la Interpretación del patrimonio visitado o, lo que es lo mismo: “un público enterado del significado del sitio, apreciándolo y disfrutándolo” (MORALES J, 2001)

La interpretación del patrimonio es un proceso de comunicación de carácter creativo, entendido como el arte de revelar el significado e importancia del legado histórico y natural al visitante que está en su tiempo libre en un lugar de interés patrimonial, lo aprecie, lo disfrute, y contribuya a su conservación. (MORALES J, 2001)

2.2.8 Proceso de la planificación Interpretativa

Aunque el modelo propuesto por los canadienses Howie (1975) y Peart y Woods (1976) ya indica una línea a seguir, es preciso que dispongamos de otra herramienta práctica para emprender un trabajo paso a paso y podamos plasmarlo en un calendario. Por ello, parece oportuno ofrecer un esquema secuencial siguiendo las recomendaciones de Sharpe (1982) y Bradley (1982).

Estas etapas consecutivas no necesariamente se desarrollan así, una detrás de la otra. A veces es aconsejable abordar simultáneamente algunas de ellas, porque hay oportunidad o porque surgen ideas que hay que ir anotando...antes de llegar a la etapa correspondiente. Por eso, este esquema es solo una referencia.

2.2.9 Desarrollo Turístico

“El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos” (Pearce J, 1991) Esta definición, puede dividirse en dos partes: la primera hace referencia a la estructura socio-productiva que en los centros receptores hace posible que el visitante disfrute de los recursos que han motivado su desplazamiento. La segunda parte se refiere al impacto económico de la actividad turística, que genera ingresos económicos provenientes de los centros emisores de turismo, y empleos.

Una característica esencial del turismo, es que su desarrollo no se presenta de manera homogénea en el espacio, sino que genera concentraciones de la actividad, siempre en relación a la materia prima del turismo, esto es, los atractivos naturales o culturales. Esto significa que si bien el turismo se conceptualiza a partir del desplazamiento de los visitantes desde un centro emisor hacia uno receptor, la unidad de análisis del desarrollo turístico es el destino. “Definimos el destino turístico de país, de región o de estado, de ciudad o de lugar, como un espacio

geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; poseedor de una marca, y que se comercializa teniendo en cuenta su característica general” (Doris Solís Carrion, 2014)

2.2.10 Demanda Turística

Conjunto de necesidades requeridas por el turista durante su desplazamiento y en lugar de la estancia. Formada por el conjunto de consumidores - o posibles consumidores - de bienes y servicios turísticos (Informador Turístico, Gerencia Regional Sierra centro del MIT - Riobamba, 2014)

a- Tipos de Demanda

- **Demanda Efectiva.-** Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compran las personas de un producto y/o servicio.
- **Demanda Satisfecha.-** Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él.
- **Demanda Insatisfecha.-** Es la demanda en el cual el público no ha logrado acceder al producto o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.
- **Demanda Aparente.-** Es aquella demanda que se genera según el número de personas.
- **Demanda Potencial.-** Es la demanda futura, en cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real.

- **Demanda Receptiva (turismo).**- Está integrada por aquellos turistas provenientes del extranjero, quienes poseen su residencia habitual fuera del Ecuador. Estos turistas generan un desplazamiento con arribos y pernотaciones, que constituyen las principales variables para el estudio de la demanda.
- **Demanda Interna (turismo).**- Constituye la segunda vertiente de la demanda y está integrada por los turistas residente en el país donde se evalúa las actividades turísticas.

b- Elasticidad de la Demanda

- **Demanda elástica:** La demanda es elástica cuando ante una variación del precio, la variación en la cantidad demandada es (en porcentaje) mayor que la del precio. Por ejemplo en los bienes de lujo suele pasar que ante un aumento de precios la cantidad demandada baja mucho más porcentualmente.
- **Demanda inelástica:** La demanda es inelástica, cuando ante variaciones del precio la cantidad demandada varía (en porcentaje) menos que la del precio. Por ejemplo en algunos alimentos básicos, por más que haya un aumento importante de su precio, la cantidad demandada no varía tanto (Alvarez Roman J, 2010)

2.2.11 Guía de turismo

Facilitador, cuya misión es informar, asistir y atender al turista durante una visita u otro servicio técnico-informativo turístico. La actividad propia del Guía de Turismo es aquella que va encaminada a la prestación de manera habitual y retribuida, de servicios de orientación, información y asistencia al turista (Monografias, 2014)

2.2.12 Política Turística

Acción del estado integrada por una serie de normas orgánicas, esfuerzos, tendencias y disposiciones destinada a indicar, regular fomentar y proteger la actividad turística en conjunción con el sector privado (Flor Ma Diaz Perez, 2014)

a.- Servicios

Actividad, beneficios o satisfacciones que se ofrecen para su venta, cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra y que es esencialmente intangible y no resulta en la propiedad de nada

b.- Sostenible

Término que se aplica al desarrollo económico que no agota los recursos naturales sino que permite su regeneración y conservación.

Se define también como "la actividad económica productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores, son destinados a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación. (Capece G, 2014)

2.2.13 Formulación de objetivos de planificación

Redactamos una serie de puntos que describan Qué pretendemos conseguir con la planificación y con la posterior puesta en funcionamiento de unos servicios interpretativos. Todos los implicados deben saber en qué dirección se va a trabajar, o: porqué se va a realizar una planificación interpretativa (MORALES J, 2001)

2.2.14 Recopilación de información.

Esta etapa no es un inventario exhaustivo del territorio, consiste en una recopilación selectiva de información, una recopilación de la información que realmente nos parezca de utilidad para ser empleada en la interpretación. Debemos recurrir a las fuentes, estudios y datos originales ya existentes acerca del área en cuestión.

El ejercicio de recopilar información como es lógico, no termina en esta etapa. Hasta bien avanzada la planificación podemos seguir obteniendo o puliendo determinada información y tendremos que determinar o no su inclusión (su pertinencia) en el producto final: El plan (MORALES J, 2001)

a.- Análisis

Utilizando los datos obtenidos en la etapa anterior procedemos a analizar diversos aspectos como, básicamente éstos:

- El Recurso
- Los destinatarios de la interpretación
- Los posibles objetivos para la interpretación
- Los contenidos
- Los medios para su comunicación - interpretación (MORALES J, 2001)

b.- Síntesis

Tenemos que tomar decisiones respecto al proceso analítico anterior. No todas las alternativas serán viables, por varias cuestiones o motivos. El mensaje estará claramente supeditado a los objetivos; y habrá tópicos o contenidos prioritarios a enfatizar o destacar, pudiendo cambiar algunos objetivos que no convenzan o no se puedan cumplir.

También, podríamos considerar como unidad a los servicios interpretativos de distintas zonas en un área extensa, cada uno con sus propios programas (MORALES J, 2001)

2.2.15 Etapas de un Proyecto

La idea de proyecto consiste en establecer la necesidad u oportunidad a partir de la cual es posible iniciar el diseño del proyecto.

a- Diseño

Etapa de un proyecto en la que se valoran las opciones, tácticas y estrategias a seguir, teniendo como indicador principal el objetivo a lograr. En esta etapa se produce la aprobación del proyecto, que se suele hacer luego de la revisión del perfil de proyecto y/o de los estudios de pre-factibilidad, o incluso de factibilidad. Una vez dada la aprobación, se realiza la planificación operativa, un proceso relevante que consiste en prever los diferentes recursos y los plazos de tiempo necesarios para alcanzar los fines del proyecto, asimismo establece la asignación o requerimiento de personal respectivo. (Alvarez Roman J, 2010)

b- Ejecución

Consiste en poner en práctica la planificación llevada a cabo previamente.

c- Evaluación

Etapa final de un proyecto en la que éste es revisado, y se llevan a cabo las valoraciones pertinentes sobre lo planeado y lo ejecutado, así como sus resultados, en consideración al logro de los objetivos planteados.

2.2.16 Estudios que se realizan en un Proyecto

a.- Estudio de Mercado: Se realizan análisis de la demanda de los productos o servicios del proyecto en estudio, así como estudios de los requerimientos de materia prima para el procesamiento, características y precios del producto o servicio, problemas en los canales de comercialización, etc. En el desarrollo del estudio de mercado, es necesario considerar algunas variables sociales que inciden en la demanda de un producto o servicio tales como: población e ingreso per cápita. (Alvarez Roman J, 2010)

b.- Estudio Técnico: En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se

tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionar.

De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. (Alvarez Roman J, 2010)

Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

c.- Estudio Administrativo y Legal: El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto.

Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas. (Alvarez Roman J, 2010)

d.- Estudio Económico - Financiero: Este estudio trata de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para poner en marcha el proyecto de creación. (Alvarez Roman J, 2010)

e.- Evaluación del Proyecto: Consiste en el análisis técnico, económico y social del proyecto, debe hacerse con especialistas en las áreas. Principalmente, existen dos áreas de evaluación de proyectos, siendo la evaluación privada y la evaluación social. (Alvarez Roman J, 2010)

2.2.17 Inventario Interpretativo

Un inventario interpretativo es el registro detallado de los recursos con potencial interpretativo del área que pueden ser del patrimonio natural y del patrimonio cultural. Cuando esta información no existe, puede ser adquirida a través de inventarios de campo, mapas, guías, mediante consultas a expertos e instituciones. El inventario deberá ser comprensible y sistemático. La recopilación de la información se complementará con un trabajo de campo sistemático, programado a cada uno de los recursos interpretativos identificados. (Ministerio de Turismo, 2014)

En esta etapa, el planificador y todo el equipo deben evaluar de forma crítica los aspectos concernientes al medio físico, biológico y luego seleccionar aquellos verdaderamente útiles para la interpretación. Estos rasgos con potencial interpretativo (sitios, objetos), han de estar relacionados entre sí y construir un todo coherente. Se intentará evitar la inclusión de rasgos aislados no relacionados con el contexto general.

La interpretación turística y del patrimonio es un ámbito de acción y reflexión que en los últimos años ha tenido un gran desarrollo. Muchas de las experiencias llevadas a cabo en contextos culturales diversos han puesto de manifiesto que, mediante estrategias basadas en procesos comunicativos, se pueden alcanzar objetivos educativos, recreativos y de gestión de los bienes patrimoniales.

2.2.18 Diseño de Medios Interpretativos

Los medios interpretativos se dividen en dos categorías. Una de ellas se conoce como “impersonal” o auto guiada y la otra como “personal” o guiada.

La interpretación auto guiada utiliza instrumentos como, exhibiciones, señales, rótulos fijos, folletos, o aparatos audiovisuales y presenta la ventaja de que es más económica y está a disposición del público en todo momento, además de que libera al personal para que trabaje en otras áreas que necesariamente requieren compañía. Por otra parte el impacto sobre el ambiente puede ser menor ya que las personas pueden realizar el recorrido solas, o en grupos pequeños siendo menor la presión sobre el ecosistema.

Los servicios impersonales se recomiendan cuando el medio que se interpreta es un área donde el flujo de visitantes es amplio y constante durante el día o el año. En los casos donde la audiencia está iniciando el proceso educativo formal, este tipo de interpretación puede ser menos efectivo, por lo que se recomienda el medio “personal” o guiado.

Los servicios guiados, incluyen paseos o giras, charlas interpretativas, discusiones, guiadas, en las cuales una persona va a interpretar el ambiente natural o cultural para la audiencia. En este tipo de interpretación el costo económico es más elevado, en cuanto debe haber siempre una persona disponible para quienes desean hacer el recorrido. Los paseos guiados se recomiendan para grupos escolares o grupos regulares pequeños y para familias. Es importante que el tamaño del grupo sea menor a 30 personas, ya que grupos más numerosos pueden causar un impacto ambiental negativo sobre los ecosistemas del lugar. (DAWSON, 1999, 1999)

2.2.19 Clasificación de Medios Interpretativos

Medios no personales

a.- Señales y Marcas: Proporcionan dirección, información o interpretación, y generalmente se encuentran fijas y permanentes.

b.- Exhibiciones Interpretativas: Es una colección de objetos o gráficas dispuestos de cierta forma para dar un mensaje a los visitantes generalmente ilustrando o explicando un tema. Se utilizan tanto en interiores como en exteriores.

El término “exhibición” es utilizado para referirse al conjunto de elementos que forman parte de una exposición, como paneles, objetos o símbolos utilizados para interpretar un problema ambiental.

c.- Exposición: Presentación tridimensional que combina exhibiciones con medios gráficos y que como unidad puede contener un tema completo.

d.- Publicaciones: Información impresa; libros, folletos, guías, mapas, carteles para ser utilizados.

e.- Medios de Comunicación de Masas: Radio, televisión, prensa (revistas y diarios)

f.- Senderos Auto guiados: Un sendero auto guiado o conocido también como sendero interpretativo es de acceso relativamente fácil y cómodo, que permite al visitante recorrer un sitio, natural o cultural, en donde las características especiales y representativas del lugar se señalan y/o resaltan a través de medios de interpretación se utilizan folletos, señales, paneles o grabaciones, de una manera que provoque al visitante a pensar por sí mismo en nuevas ideas y conceptos relacionados con la función del área donde se encuentre. (DAWSON, 1999, 1999)

g.- Audiovisuales Automáticos: Incluyen películas, programas de diapositivas automáticas, postes de escucha, cintas grabadas transportables y todas las presentaciones audiovisuales no atendidas por personal.

2.2.20 Ecología

“Es la ciencia que se ocupa del estudio de los ecosistemas, de las interacciones de los elementos que los componen y de las relaciones de éstos con el entorno” (NEBEL, Bernard y Otros, 1999)

2.2.21 Ambiente

“Es la integración de sistemas físicos (clima, aire, suelo, agua), biológicos (flora y fauna) y humanos (características poblacionales)” (BUCHELI, Franklin y Otros, 2001)

2.2.22 Medio Ambiente

“Es el conjunto de elementos abióticos (energía solar, suelo, agua y aire) y bióticos (organismos vivos) que integran la delgada capa de la Tierra llamada biosfera, sustento

de los seres vivos que además contiene al ser humano como especie, su cultura y todo lo que ha generado en su desarrollo”. ANCONA, Ignacio y Otros, Ecología y educación ambiental, 2da. Edición, Editorial McGraw- Interamericana, México 2004, p. 227, 228.

2.2.23 Ecosistema

La unidad natural de partes bióticas (las que tiene vida) y abióticas (aquellas que carecen de vida), con interacciones mutuas que producen un sistema estable con intercambio de materia y energía.

2.2.24 Recursos Naturales

Se refiere a los elementos de la naturaleza que aportan utilidad física o estética actual o potencial a la sociedad, se clasifican en renovables y no renovables, comprende el aire, el agua, el suelo, el paisaje, la energía, los minerales. BUCHELI, Franklin y Otros, Manual de gestión Ambiental, Ministerio del Ambiente UCP Patria, Cuenca, Ecuador, Septiembre de 2000, p. 20

2.2.25 Recurso Natural no Renovable

Son los recursos que ineludiblemente se van a agotar, se les considera no renovables, ya que su regeneración ocurre sólo por procesos geológicos, físicos y químicos que tienen lugar a través de cientos, miles o millones de años. ANCONA, Ignacio y otros. Op. Cit., p. 230

2.2.26 Recurso Natural Renovable

Cuando en el recurso se respeta su índice de recuperación, son formas de energía que provienen de una fuente prácticamente inagotable con respecto al tiempo de vida de un ser humano en la Tierra y cuyo aprovechamiento es técnicamente viable. Ídem., p. 230

2.2.27 Biodiversidad

Se puede considerar como un recurso, ya que está definida como la totalidad de las especies que habitan el planeta y las relaciones entre las mismas, es un recurso que puede ser de uso actual o potencial y es un indicador del grado de sostenibilidad y del aprovechamiento que se realiza en un ecosistema. Ídem, p. 229

2.2.28 Especie

Son las diferentes clases de vegetales, animales y microbios. Cada especie incluye a todos los individuos con apariencia muy similar, distinta de las demás especies. Las semejanzas externas implican una relación genética estrecha. En particular, la definición biológica de especie dice que es la totalidad de una población que puede cruzarse y producir vástagos fértiles es, en tanto que los miembros de especies diferentes no se aparean, y de hacerlo, no tienen descendencia fértil. A veces la reproducción es difícil o imposible de observar, de modo que, para fines de identificación, basta la apariencia. NEBEL, Bernard, y Otros, Ciencias Ambientales, ecología y desarrollo sostenible, 6ta Edición, Editorial Prentice Hall, México 1999,

a.- Funciones del centro de interpretación

El centro de interpretación turística tiene la función de receptor y orientar a los visitantes brindando la posibilidad de elegir las actividades que quiere realizar en el sitio durante la visita.

Es el punto de referencia, puesto que en un momento determinado durante la visita a un parque o área natural, se necesite ir a un lugar específico para buscar información.

También puede cumplir la función de soberanía puesto que, si existe un centro de interpretación se indica que en el área o lugar existe atención, información y vigilancia.

Estos centros de interpretación son diseñados para estimular al visitante a que conozca el área o lugar; por otra parte en este lugar se presenta una síntesis del área natural,

facilita el entendimiento y profundiza y amplía la información adquirida en la visita, ayuda a un mejor disfrute del área natural o zona logrando de esta manera su conservación. (Villavicencio D. 2007).

b.- Importancia del centro de interpretación

Los centros de interpretación turística son importantes para que el visitante adquiera un conocimiento previo del sitio natural o área protegida que visitará posteriormente, en cuanto a las características y problemáticas, incorporando la conciencia de conservación para la visita del lugar “in situ”. (Domroese 1999).

2.2.29 Atractivo turístico

Es un bien tangible o intangible que provoca una motivación de visitación por parte de la demanda o visitantes. Una microempresa tendrá mayor oportunidad de éxito en el sector turístico cuanto más original y auténtico sea el atractivo que desea poner en valor. Son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto atraen el interés del visitante.

2.2.30 Clasificación de los atractivos naturales o culturales

La clasificación de los atractivos turísticos consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo al cual pertenece el atractivo que se va a inventariar.

Tipos y subtipos

Sitios Naturales

Consisten en un eslabón esencial para garantizar la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad de nuestro país y establecer un objetivo importante del Ministerio del Ambiente como parte de la conservación de la diversidad biológica que se encuentra

dentro de la misma. Dentro de la categoría de sitios naturales se encuentran los siguientes tipos y subtipos:

- a) **Ríos** Es una corriente natural de agua que fluye con continuidad, posee un caudal determinado, rara vez constante a lo largo del año y desemboca en el mar, en un lago o en otro río, en cuyo caso se denomina afluente, la parte final de un río es su desembocadura.
- b) **Manantial o fuente** Es una fuente natural de agua s que brota de la tierra o entre las rocas. Puede ser permanente o temporal. Se origina en la filtración de agua lluvia o de nieves, que penetra en un área y emerge en otra de menor altitud, donde el agua no está confinada en un conducto impermeable.
- c) **Riachuelo** Es un pequeño curso de agua con poco caudal, el término diminutivo de río puede utilizarse como sinónimo de arroyo que es una corriente de bajo caudal de agua que fluye con continuidad.
- d) **Rápido Sector** del curso de un río, en donde al ser mayor la pendiente o menor el ancho se acelera la velocidad de sus aguas
- e) **Cascada**, catarata o salto de agua Caída de una corriente de agua desde una cierta altura por desnivel brusco del cauce.

2.2.31 Bosques

Área grande densamente poblada de árboles, es una comunidad estrechamente interrelacionada de seres vivos, tanto animales como plantas, que varían de tamaño desde los microorganismos a los grandes, cada miembro del bosque desempeña un papel específico en el ciclo perpetuo de la vida, muerte o renovación.

- a) **Páramo Ecosistemas** propios de montañas andinas, entre los 3400 y 5000 msnm, caracterizado por la vegetación de gramíneas, arbustos achaparrados, baja

presión de oxígeno y donde ocurren precipitaciones en forma de lluvia, granizo o nieve. Ejemplo es el páramo del Ángel en la provincia del Carchi.

- b) **Ceja de selva** oriental Zona donde existen numerosas quebradas, las condiciones ambientales se caracterizan por la presencia constante de radiación solar y encontrándose una gran biodiversidad de flora y fauna natural en su hábitat.

- c) **Bosque nublado o bosque montano** Bosque nuboso ubicado a 2500 y 3400 msnm, con abundantes plantas epifitas bromelias, helechos, musgos y orquídeas.

- d) **Manglar Formaciones** vegetales de plantas leñosas litorales, ubicadas en zonas sometidas a la acción de las mareas pero en la desembocadura de los ríos de agua dulce, las especies dominantes corresponden a los manglares mangle rojo (*Rizophora mangle*), mangle blanco (*Laguncularia racemosa*), mangle jeli botón (*Conocarpus erectus*) y mangle negro (*Avicennia germinans*). e) **Bosque húmedo tropical amazónico** Bosque situado en la región amazónica.

- e) **Bosque seco tropical** Bosque que recibe poca precipitación y se caracteriza por la poca humedad relativa. Localizado al occidente del Ecuador.

- f) **Bosque petrificado** Bosque en el cual algunos de los árboles se han convertido en piedra debido a la acción de la presión, temperatura y reposición de minerales dentro de la tierra.

2.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES DE LA DEMANDA

Tabla N°1

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	VARIABLES	FUENTES DE DATOS	METODOLOGÍA DE RECOPIACIÓN DE DATOS
ANÁLISIS DE LA DEMANDA Determinar el mercado objetivo.	¿A qué personas está dirigido? ¿Cuántos son los clientes potenciales?	- Lugar de procedencia	Primaria: Encuesta	Base de Datos
Perfil del cliente.	Promedio de edad del cliente. ¿Nivel de instrucción? ¿Cuándo usted realiza turismo en compañía de quién lo hace? ¿Qué factores considera un impedimento para el desarrollo turístico en el Cantón Chambo? ¿Cuánto estará dispuesto a pagar por los servicios de transporte, alimentación, guianza, recreación, etc.?	- Edad - Sexo - Instrucción - Motivos de su visita - Frecuencia de sus visitas - Promedio de gasto	Primaria: Encuesta	Encuesta
Proyección de la demanda.	¿Cuántos turistas se atenderán en los próximos años?	- Cantidad de turistas en los próximos años	Primaria: Cantón Chambo	Encuesta
VARIABLES que afectan la demanda.	¿Qué variables afectan directamente a la demanda?	- Competencia en precios - Ingreso del cliente - Calidad de servicio - Clima - Preferencias - Situación económica, política y social.	Primaria: Encuesta	Encuesta Observación

Elaborado por: Sebastián Cevallos

VARIABLES DE LA OFERTA

Tabla N°2

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	VARIABLES	FUENTES DE DATOS	METODOLOGÍA DE RECOLECCIÓN DE DATOS
ANÁLISIS DE LA OFERTA Identificación de los principales competidores.	¿Cuáles son nuestros primeros competidores?	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalezas - Debilidades - Dirección - Teléfono 	Ministerio de Turismo	Observación descriptiva
Fortalezas y debilidades de la competencia.	¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de la competencia?	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio - Precio - Atención 	Primaria	Observación
VARIABLES que afectan a la oferta.	¿Qué factores afectan a la oferta? ¿Considera Ud. necesario que el GADM del cantón Chambo implemente un centro de Interpretación Turística? ¿Qué servicios debería ofertar el Centro de Interpretación Turística en el Cantón Chambo para fomentar el turismo? ¿Dónde le gustaría que esté ubicado el Centro de Interpretación Turística?	<ul style="list-style-type: none"> - Precio - Costo - Ubicación - Temporalidad 	Primaria	Observación

Elaborado por: Sebastián Cevallos

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

La investigación se complementa con la combinación entre el método inductivo y deductivo, ya que no se puede desarrollar esta investigación considerando aspectos de manera aislada.

Inductivo: Porque estudia el problema desde lo particular hacia el todo, es decir analiza los elementos del todo para llegar a un concepto.

Deductivo: Porque estudia el problema desde el todo hacia lo particular, es decir analiza el concepto para llegar a los elementos de las partes del todo.

Analítico: Porque permite conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia, con lo cual se puede: analizar mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

Sintético: Porque permite integrar las partes del todo; conociendo sus aspectos y relaciones básicas. No hay síntesis sin análisis y el análisis proporciona la materia prima para realizar la síntesis.

3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Por el nivel de conocimiento se utilizó.

Exploratoria: Porque destaca los aspectos fundamentales de la problemática y es útil porque, al contar con sus resultados, se tabula procediendo a su consecuente comprobación.

Descriptiva: Porque permite obtener información sobre el tema de investigación descubriendo el origen o causa de la situación.

Explicativa: Se centra en buscar las causas y el porqué del problema, su objetivo es encontrar las relaciones de causa-efecto que se dan entre los hechos a objeto de conocerlos con mayor profundidad.

3.3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

En cuanto al tipo de investigación que se utiliza; la investigación de campo, este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones; y la investigación descriptiva, también conocida como la investigación estadística que describen los datos el mismo que debe tener un impacto en las vidas de la gente que lo rodean.

Encuesta

Es una técnica que permite recopilar información por escrito acerca del objeto de investigación en su totalidad o muestra mediante el uso de la entrevista o el cuestionario.

La encuesta es una técnica de investigación de campo, cuyo objeto puede variar desde recopilar datos para definir el problema hasta probar una hipótesis.

3.4. SEGMENTACION DE MERCADO

El segmento de mercado que manejaremos son los turistas nacionales y extranjeros según información otorgada por los establecimientos que llevan registro del ingreso de los mismos en el año 2014; dichos establecimientos son Aguas Termales de Aguallanchi, el Complejo Turístico La Pampa, Hostería El Vergel. Se usa como universo del estudio ya que la misma proviene de fuentes primarias.

Tabla N°3

Turistas que ingresan al Cantón Chambo

ESTABLECIMIENTOS	N° TURISTAS	PORCENTAJE
Aguas Termales de Aguallanchi	9587	51%
Complejo Turístico La Pampa	5065	27%
Hostería El Vergel	3924	22%
TOTAL	18576	100%

Fuente: Trabajo de Campo, Cantón Chambo

Elaboración: Sebastián Cevallos

Turistas que ingresan al Cantón Chambo por Establecimiento

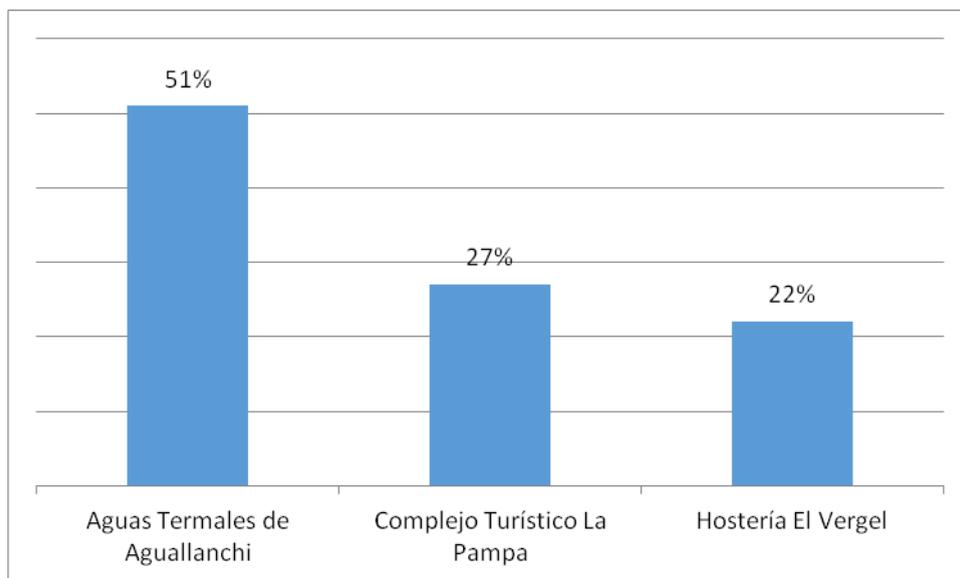


Grafico N° 1 Turistas que ingresan al Cantón Chambo por Establecimiento

INTERPRETACIÓN

Observamos que el 51% de turistas visitan las Aguas Termales de Aguallanchi, el 27% corresponde a los turistas que visitan el Complejo Turístico la Pampa y por último el 22% corresponde a los turistas que visitan la Hostería el Vergel, siendo este el lugar menos visitado en el Cantón Chambo.

Tabla N°4
Turistas Nacionales y Extranjeros que ingresan al Cantón Chambo

TURISTAS	N° TURISTAS	PORCENTAJE
Nacionales	16718	90%
Extranjeros	1858	10%
TOTAL	18576	100%

Fuente: Trabajo de Campo, Cantón Chambo
Elaboración: Sebastián Cevallos

Turistas que ingresan al Cantón Chambo

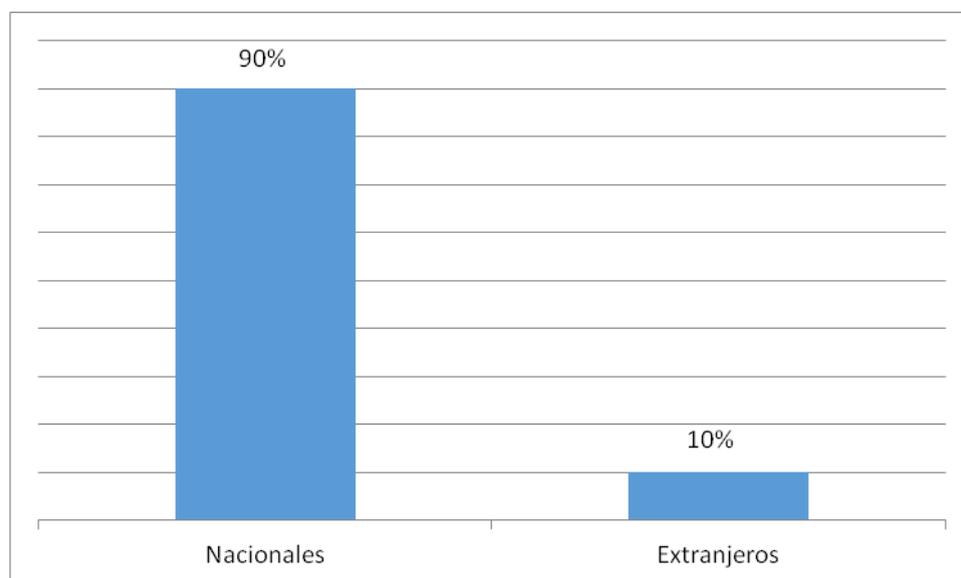


Gráfico N° 2 Turistas Nacionales y Extranjeros que ingresan a la parroquia

INTERPRETACIÓN

Según los datos estadísticos tabulados en el gráfico el segmento más alto es de turistas nacionales con el 90 % y el 10 % corresponde a los turistas extranjeros

3.5. FORMULA:

El tamaño total de la población de los turistas que visitan el Cantón Chambo al año es de 18576 turistas.

Para el cálculo de la muestra se utilizará la fórmula de (Canavos) 1988:

N = universo de estudio	18576
P= probabilidad de ocurrencia de un evento	0,5
Q= probabilidad de no ocurrencia de un evento	0,5
e= margen de error	0,08%
Z= margen de confiabilidad	2%
n= muestra.	

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

$$n = \frac{(0.5*0.5)(18576)}{(18576-1)\left(\frac{0.08}{2}\right)^2 + 0.5*0.5}$$

$$n = 155$$

La muestra que se tomará será un total de 155 turistas, dado que la población es limitada y sus datos fueron tomados de fuentes primarias es decir se trabajará con toda la población antes señalada.

3.6. NECESIDADES DE INFORMACIÓN

3.6.1. Datos necesarios para investigar a la demanda

a) Perfil demográfico del visitante

- Sexo
- Edad
- Ocupación del turista.
- Con quiénes viajó (solo, con familiares, o amigos).

b) Características del viaje

- Las motivaciones del viaje.
- La influencia inicial en la idea de visitar Chambo
- Los servicios o bienes adquiridos.
- Las rutas seguidas.

c) Valoración de opiniones basadas en la experiencia del viaje

- Necesidades de información.
- Opiniones acerca de la creación de un Centro de Interpretación Turística

3.6.2. Datos de investigación para la oferta:

a) Perfil demográfico del prestador de servicios

- Género
- Edad
- Ocupación
- País de procedencia

b) Características del servicio que presta

Los servicios que presta la empresa.

- Los planes estratégicos de mercadeo con que opera la empresa.
- La importancia del desarrollo turístico del Cantón Chambo.

c) Experiencias del servicio que presta

- Los factores que considera como impedimentos en el desarrollo del turismo de Chambo.
- Opiniones acerca de la implementación de un Centro de Interpretación Turística.

3.7. FUENTES DE INFORMACIÓN

Para realizar la investigación fue necesario recurrir a fuentes externas de información primaria, las cuales se las obtuvo a través de encuestas dirigidas a turistas nacionales y extranjeros que visitaron Chambo durante el año 2014.

La encuesta está conformada por preguntas de tipo dicotómica, que son las de 2 opciones (ejemplo: sí/no, masculino/femenino), de opciones múltiples, en donde se ponen varias opciones en una pregunta y finalmente preguntas abiertas.

Para recoger la información necesaria de los turistas nacionales y extranjeros fue preciso realizar un recorrido por todos los principales atractivos turísticos naturales que el visitante puede acceder en el momento de su visita a Chambo, entre los cuales podemos mencionar: Aguas Termales de Aguallanchi, Complejo turístico La Pampa, Hostería el Vergel.

Tabla N° 5
PRETADORES DE SERVICIOS DEL CANTÓN CHAMBO

RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
ASADEROS Blanquita El Bruji	18 de marzo y Joaquín Gavilanes 18 de marzo y Margarita Guerrero
BAR – RESTAURANTES La Cabaña de Mama Chabela Alli Guasi Katty – Burguer	Barrio El Batán Comunidad San Francisco 18 de marzo y Margarita Guerrero
COMPLEJOS TURÍSTICOS La Piscina La Pampa San Francisco de Aguallanchi	Barrio San Juan 2,5km de Chambo Comunidad San Francisco
HOSTERÍAS El Vergel Miró Rancho Willy´s Campo Real	Sector la Inmaculada Vía Licto 3 km de Chambo
RESTAURANTES Reina del Carmen Rincón Chambeñito La vieja Mina Chifa Sanfú Mama Meche Susanita	Magdalena Dávalos y Quito 18 de Marzo y Juan Evangelista 18 de Marzo y Margarita Guerrero Diego de Almagro y J. Gavilanes Cacique Achamba
SALONES La Delicia Salón del Gatito	18 de marzo y Margarita Guerrero 18 de Marzo y Magdalena Dávalos

Fuente: Base de datos del Cuerpo de Bomberos Año 2010

TABLA N° 6
Hospedaje

RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	HABITACIONES	PLAZA
Hotel Chambo	Cacique Achamba	Tercera	12	22

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial
Elaborado Por: Sebastián Cevallos

TABLA N° 7
Lugares de Esparcimiento

NOMBRE	SERVICIOS
La Pampa	Piscina, bar, cancha múltiple, juegos. Espacios verdes
El Vergel	Bar-restaurant, cafetería, heladería, karaoke, discoteca, eventos sociales
Aguas Termales de Aguallanchi	Bar, piscinas, parqueadero, espacios verdes para carpas y fogatas
El Complejo Chambo	Bar-restaurant, cafetería, heladería, piscina hidromasaje, sauna – turco, gimnasio, parqueadero

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

Elaborado Por: Sebastián Cevallos

TABLA N° 8
Proporción y superficies de territorio cantonal bajo conservación o manejo ambiental

Nombre del área protegida	Categoría	Superficie con cobertura natural	Porcentaje del cantón	Estado de conservación principales presiones antrópicas	Prioridad de conservación (MAE)
“Sangay”	Bosque Protector Sub cuenca de Río Blanco	4944.50 has.	30.05 %	Buen estado de conservación. Presión de pastoreo fuera del área de protección.	Alta
“Cubillines”	Área Protegida	4867.25 has.	29.58%	Buen estado de protección. Riesgo de crecimiento de la frontera agrícola.	Alta.

Fuente: Ministerio del Ambiente Ecuador. 2014

Elaboración: Sebastián Cevallos

CAPITULO IV

4. RESULTADOS

4.1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Diagnóstico del Cantón Chambo se lo realizó en base al análisis de los siguientes ámbitos:

- **Ámbito Físico:** Condiciones ambientales de la zona.
- **Ámbito Socio – económico:** Características básicas de la población, servicios básicos disponibles.
- **Ámbito Político Administrativa:** Estructura política – administrativa de la Comunidad.
- **Ámbito Turístico:** Desarrollo actual del turismo en la zona, análisis respecto al apoyo público y privado para el desarrollo turístico.

4.2. ASPECTOS FÍSICOS

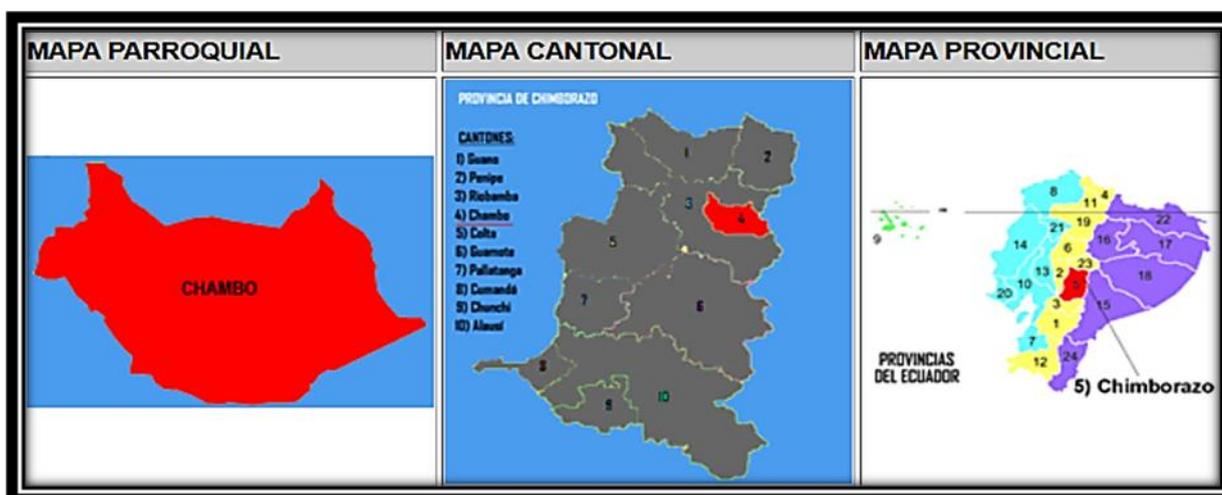
4.2.1. Ubicación geográfica y superficie

Chambo está ubicado a 8 Km. de la ciudad de Riobamba, capital de la provincia de Chimborazo, a las faldas de los Montes Quilimás y Cubillínes de la Cordillera Oriental, su altitud va desde los 2.400 a 4.730m., límite de las nieves perpetuas de los Cubillínes. El cantón se localiza en las siguientes coordenadas geográficas 01^a 42'32" de latitud Sur y 78^a 35'32" de longitud occidental. Limita al norte con la quebrada de Puchulcahuán, al sur el río Daldal, afluente del río Chambo, y las parroquias Pungalá y Licto del cantón Riobamba. Al este la provincia de

Morona Santiago que se halla al otro lado de la cordillera central de los Andes, y al oeste el río Chambo, parroquia San Luis y Licto. Al noroeste con el cantón Riobamba.

Posee 161.1 km² que representan el 2.5% de la superficie de la provincia de Chimborazo. A pesar de contar con una superficie pequeña, su importancia radica en la ubicación geográfica, en la diversidad de pisos climáticos y en la rica producción agrícola.

Mapa Político del Cantón Chambo.



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chambo.

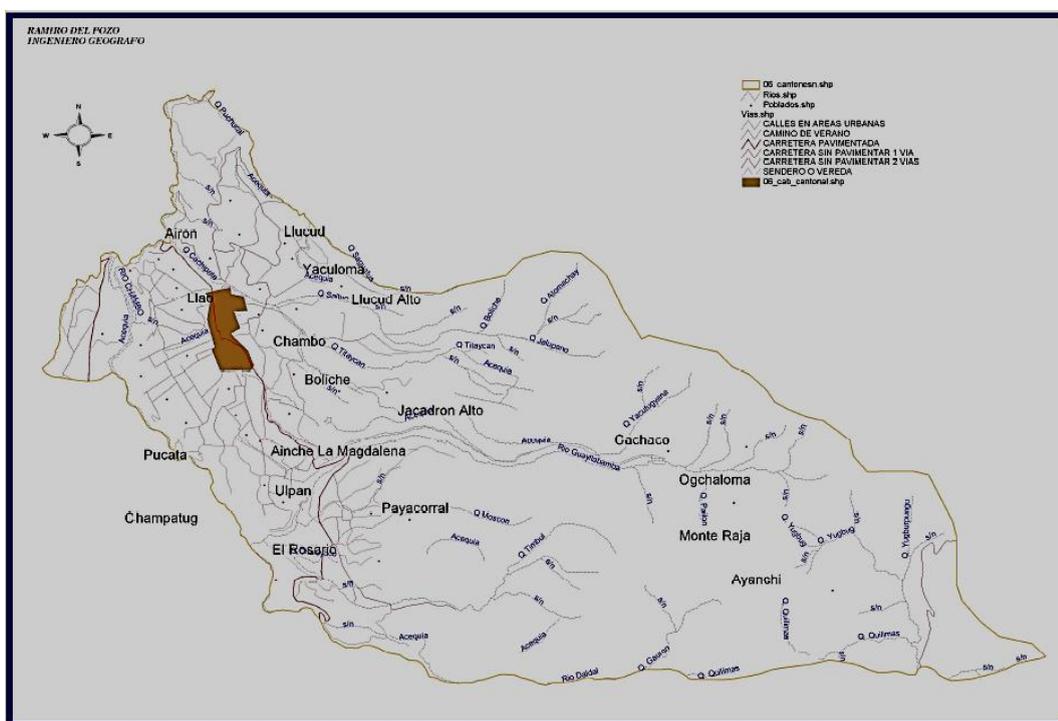
Elaboración: Sebastián Cevallos

4.1.1.3. Topografía

Su topografía variada permite ubicar 3 zonas definidas: el piso bajo (templado subandino) ubicado junto al río Chambo que se halla entre los 2600 m. s. n. m. donde se destacan las actividades agrícolas más importantes.

El piso medio (frío andino) ubicado entre los 2.900 a 3.400 m. s. n. m. donde se ubican importantes comunidades dedicadas a la actividad pecuaria y agrícola que ha sido motivo del desarrollo del cantón y el piso alto que va desde los 3.500 m. s. n. m. donde predominan los páramos y pastos naturales donde la principal actividad de las comunidades es la ganadería. Su parte más alta (piso glacial) llega a los 4.711 m. s. n. m.

Plano del Cantón.



Fuent

e: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chambo.

Elaboración: Sebastián Cevallos

4.1.1.4. Fuentes hídricas

Su sistema hidrográfico se origina en los páramos que son fuentes de acequias, riachuelos y ríos que descienden hasta convertirse en tributarios del río Chambo.

- a) **De los páramos de:** Leonán y Huasiloma descienden el río Puculpala, aguas que dan origen a canales de riego del sector norte y noroeste del cantón.
- b) **De los páramos de:** Cenerón, Rayoloma y Cacadrúm descienden riachuelos por la quebrada Potrero Piedra o Titaicum, para irrigar tierras bajas.

- c) **De los páramos de:** Boliche, Cacadrúm y San Pedro juntas sus aguas para formar la laguna de Rocón.
- d) **De los deshielos del** Quilimás y Cubillínes nace el río Ulpán, aguas que son aprovechadas para regar vastas tierras (de haciendas que aún existen).
- e) **De los páramos:** Achupallas, Tunducasa y Potrerillo se sirven principalmente de la Hacienda de Guayllabamba y de los páramos de la Josefina nace el río Timbul y el río Daldal que desemboca en el río Chambo.

4.3. SITUACIÓN POLÍTICA ADMINISTRATIVA

La división política y administrativa de Chambo se la describe básicamente en torno a los barrios y comunidades. Los primeros a nivel urbano y la segunda a nivel rural. Estas circunscripciones juegan un rol fundamental en la vida social y política del Cantón.

TABLA N° 9
Barrios y Comunidades de Chambo.

COMUNIDADES	
San Francisco	Guayllabamba
Quiñón	Ainche
Tunshi	Pantaño
San Miguel de Guaructus	Julquis
Pushing	Ulpán
Airón	Llucud
Galte	Asactus
Titaicun	Pantus

Fuente: Guía Turística de Chambo.
Elaboración: Sebastián Cevallos

4.4. ASPECTOS ORGANIZATIVOS DEL CANTÓN.

En Chambo hay diversas Instituciones que expresan un relativo desarrollo organizativo de la población en relación a otros cantones; los habitantes están vinculados a niveles organizativos locales, provinciales y nacionales. A nivel urbano se expresan.

1.- El Municipio de Chambo

2.- La Jefatura Política del cantón



GADM del Cantón Chambo.

El municipio es la máxima organización reconocida por parte de la población, y está representada por el Alcalde. A él acuden para solucionar problemas no solo relativos a los servicios municipales, sino que se convierte en el importante medio para solucionar problemáticas que en todas las áreas que vive la población.

Existen organizaciones formadas por los barrios y comunidades del cantón que están representadas por una directiva para cada caso. También se ha dividido en

organizaciones de mujeres que buscan sus propios objetivos y beneficios para el barrio y comunidad.

Además hay organizaciones funcionales denominadas Juntas de Aguas básicamente estas se forman en cada una de las comunidades del cantón. Para el sector religioso se cuenta con organizaciones de catequistas a través de la iglesia asentada en Chambo que realiza una actividad social y también evangélica.

A nivel urbano los barrios eligen una directiva barrial, que no tiene mayor legitimidad sino para garantizar las obras de infraestructura que requiere el barrio. En los propios barrios se forman organizaciones de carácter funcional, social y deportivo. El cantón Chambo se encuentra organizado a nivel urbano con barrios mientras que a nivel rural con Cabildos.

Los barrios cuentan con directivas que trabajan por mejorar las condiciones de vida de su población. También cuentan con Asociaciones y Clubes de carácter funcional, social, deportivo y religioso. A nivel rural, los Cabildos se constituyen en organizaciones que mantienen la unidad de su gente a través de la realización de prácticas tradicionales como las mingas, para realizar obras comunales y familiares.

Estas organizaciones mantienen una férrea unidad y representatividad a nivel local.

4.5. LÍNEA DE BASE DEMOGRÁFICA

4.5.1. Población.

La población cantonal es: Población total: 10.541 habitantes constituye el 2,6% de la población total de la Provincia de Chimborazo.

TABLA N° 10

Población

AREAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
URBANA	3639	1744	1895
RURAL	6902	3258	3644
TOTAL	10541	5002	5539

Fuente: Censo 2001, INEC
Elaborado: Sebastián Cevallos

4.5.2. SUPERFICIE: 163.4Km².

4.5.3. VIALIDAD

El trazado y dirección de la vía a Riobamba que ingresa a la ciudad con el nombre de 18 de Marzo ha dirigido el crecimiento físico contemporáneo de la ciudad, la necesidad del intercambio productivo y comercial de la cabecera cantonal y la micro región han producido la ubicación de dos ejes viales de importancia:

Un eje longitudinal constituido por la vía 18 de marzo, en sentido norte –sur, que se comunica con los ejes periféricos hacia Llío, San Sebastián y Barrio Cuba, al Oeste con el cementerio de la ciudad y al este con la vía a Guayllabamba.

Además existen siete eje viales transversales construidos, en el sentido este oeste: Héctor Guerra Haro, Mercedes Moncayo, Facundo Bayas, Joaquín Gavilanes, Juan Antonio Moncayo, Luis Álvarez, y 27 de Diciembre.

4.5.3.1. Infraestructura Vial Existente

La red vial de acuerdo al Departamento de Obras Públicas del Municipio del cantón Chambo es la siguiente

TABLA N° 11**Población**

VIA	TIPO	LONGITUD
Chambo – Riobamba	Asfaltado	8 Km.

Fuente: Departamento de Obras Públicas de Chambo

4.5.3.2. Distancias

La ciudad de Chambo se encuentra ubicada a una distancia de 8km. de la ciudad de Riobamba, el tiempo de recorrido es de 15 minutos.

TABLA N° 12**DISTANCIAS DE LAS VÍAS A DIFERENTES SECTORES DEL CANTÓN**

DESDE CHAMBO A	LONGITUD km:
Airón	4 Km.
Asactus	2 Km.
Batán	2 Km.
Catequilla	2 Km.
Cubillines	13 Km.
Chuglin	3 Km.
El Rosario	9 Km.
Gauayllabamba	7 Km.
Julquis	4 Km.
La Pampa	2.5 Km.
Llucud Alto	7 Km.
Llucud Bajo	6 Km.
Pantaño	8.5 Km.
Quiñón	9 Km.
San Blas	2 Km.
San Francisco de Chambo	10 Km.
San Isidro	2.5 Km.
Shugal	2 Km.
Pantus Grande	10 Km.
Titaicun	3.5 Km.
Ulpan	9.5 Km.
Yaculoma	4 Km.
Quintus	4 Km.
El Vergel	3 Km.

Fuente: Guía Turística de Chambo

Elaboración: Sebastián Cevallos

SERVICIOS BÁSICOS

✓ Agua Potable

La zona urbana en un 100% cuentan con agua potable, y en las comunidades en el 2001 se construyeron tanques de reserva de agua potable en los sectores de Rumicruz y en el Barrio San Juan, realizando aportes para el mejoramiento del sistema de agua potable en Guayllabamba, Pantaño, Batán, Titaycun y Santa Rosa.

✓ Alcantarillo

El alcantarillado en la parte urbana un 95% cuenta con este servicio y en la parte rural el alcantarillado se construyó en los barrios Cuba y Santa Rosa; y la comunidad de San Miguel de Guaructus cuenta con letrinas.

✓ Energía Eléctrica

El 100% de la población de Chambo cuenta con el servicio de energía eléctrica.

✓ Telecomunicaciones.

La empresa que brinda este servicio es de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones. Esta empresa cobra por minuto USD 0.13 en llamadas locales, USD 0.18 en llamadas regionales y USD 0.25 por llamadas nacionales, existe cobertura de celular Movistar, Alegro y Porta pero no cubren todo el Cantón

✓ Recolección de Basura

En el sector urbano el 100% cuenta con el servicio de recolección de basura.

4.5.4. RECURSOS PRODUCTIVOS

El Cantón Chambo cuenta con varios recursos productivos como: talento humano, tierra, agua, saberes ancestrales y populares, dinero circulante, atractivos turísticos entre otros; los cuales han contribuido a lo largo de los años para procesos de desarrollo económico y social del cantón sin mayor dependencia externa.

4.6. TABULACIÓN

1. Género

Tabla N° 13 Género de Turistas

Género	Turistas	Porcentaje
Masculino	75	48%
Femenino	80	52%
TOTAL	155	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas Julio 2015

Elaboración: Sebastián Cevallos

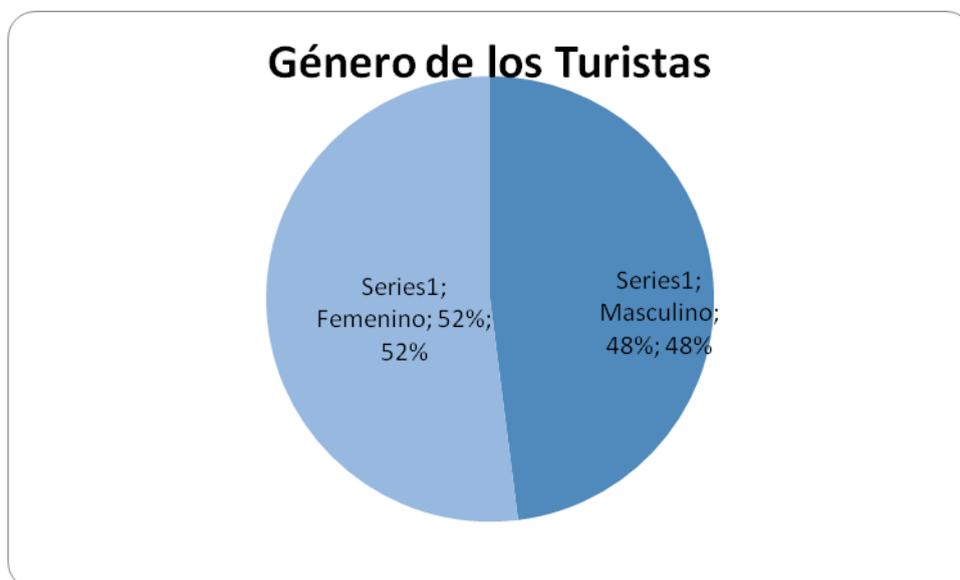


Gráfico N° 3 Género de Turistas

INTERPRETACION

Del total de 155 turistas que visitan el Cantón Chambo lo cual representa el 100%; el 52% son de género masculino y el 48% corresponden al género femeni

2. Edad

Tabla N°14 Edad de los Turistas

Edad	Numero	Porcentaje
18-23	13	8%
23-28	23	15%
28-32	13	8%
32-37	10	7%
37-42	7	5%
42 en adelante	89	57%
TOTAL	155	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas Julio 2015

Elaboración: Sebastián Cevallos

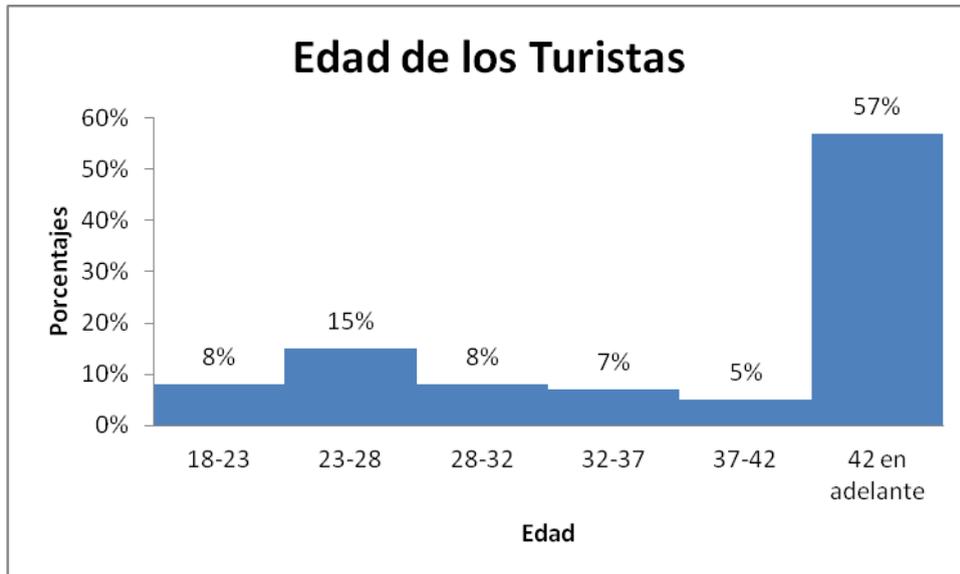


Gráfico N° 4 Edad de los Turistas

INTERPRETACION

La edad del 57% está comprendida de 42 años en adelante, el 15% pertenecen a un rango de edad entre los 23 y 28 años, similar porcentaje de 8% posee entre 18 y 23 y 18 y 32 años, el 7% se incluye entre los 32 y 37 años, el 5% poseen entre 37 y 42 años.

3. Nivel de Instrucción

Tabla N° 15 Nivel de Instrucción

Nivel de Instrucción	Número	Porcentaje
Primaria	8	5%
Secundaria	45	29%
Superior	102	66%
TOTAL	155	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas Julio 2015

Elaboración: Sebastián Cevallos

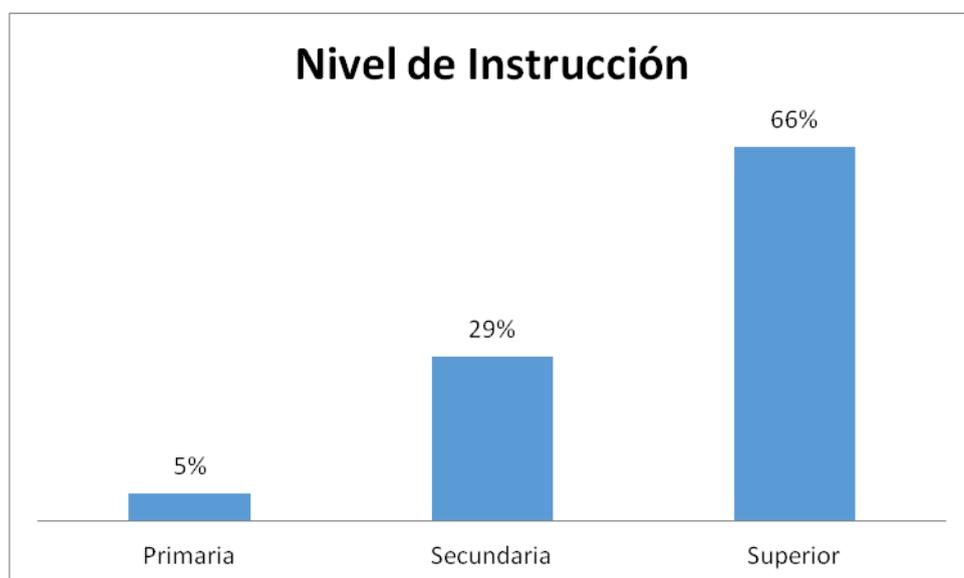


Gráfico N° 5. Nivel de instrucción

INTERPRETACION

El 66% de los encuestados han adquirido estudios universitarios, el 29% cuenta con instrucción secundaria y el 5% posee estudios primarios.

4. Estimación de gasto

Tabla N° 16 Estimación de Gasto

Estimación de gasto	Turista	Porcentaje
5 a 10	64	41%
11 a 20	66	43%
21 a 30	24	15%
31 a 40	1	1%
TOTAL	155	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas Julio 2015
Elaboración: Sebastián Cevallos

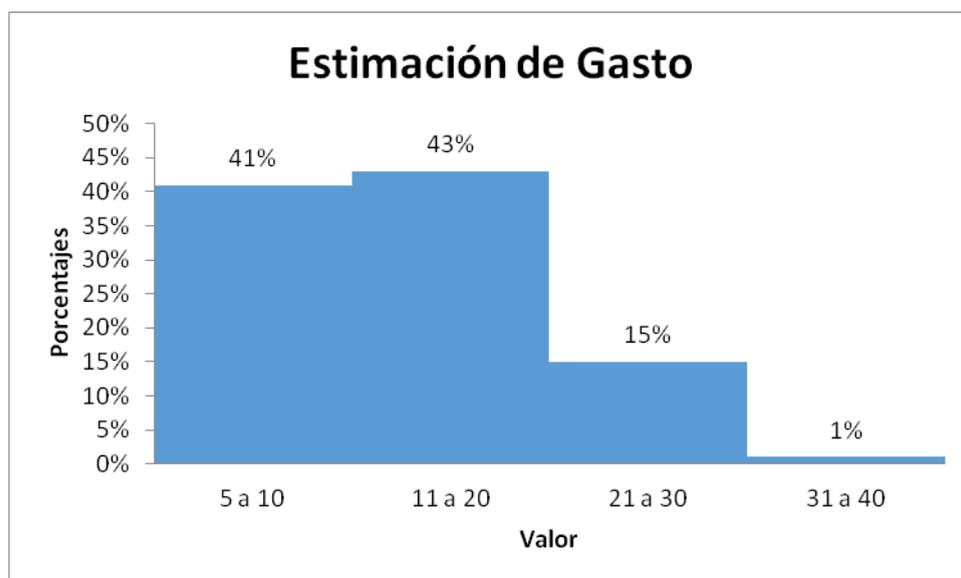


Gráfico N° 6 Estimación de Gasto

INTERPRETACIÓN

El 43% de los encuestados estaría dispuesto a gastar por día y por persona entre 11 a 20 dólares por los servicios turísticos, el 41% estima que pagaría entre 5 a 10 dólares, el 15% considera que pagaría entre 21 a 30 dólares y el 1% pagaría entre 31 a 40 dólares

5. Tipo de Atractivos

Tabla N° 17 Tipo de Atractivos

Atractivos	Turistas	Porcentaje
Atractivos Naturales	75	48%
Atractivos Culturales	15	10%
Deportes	65	42%
TOTAL	155	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas Julio 2015

Elaboración: Sebastián Cevallos

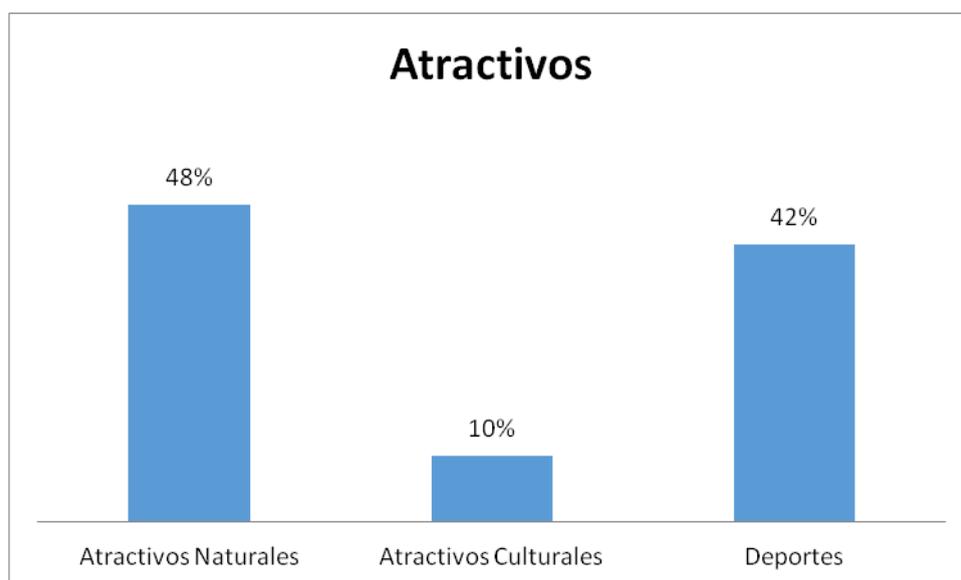


Gráfico N° 7 Atractivos Turísticos

INTERPRETACIÓN

Al 48% de los encuestados les gustaría conocer atractivos de tipo natural, el 42% expresan que desearían realizar turismo deportivo y el 15% prefiere conocer atractivos culturales.

6. Frecuencia de Viaje

Tabla N° 18 Frecuencia de Viaje

Visita	Turistas	Porcentaje
Semanal	17	11%
Mensual	86	56%
Una vez al año	45	29%
Nunca	7	4%
TOTAL	155	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas Julio 2015

Elaboración: Sebastián Cevallos

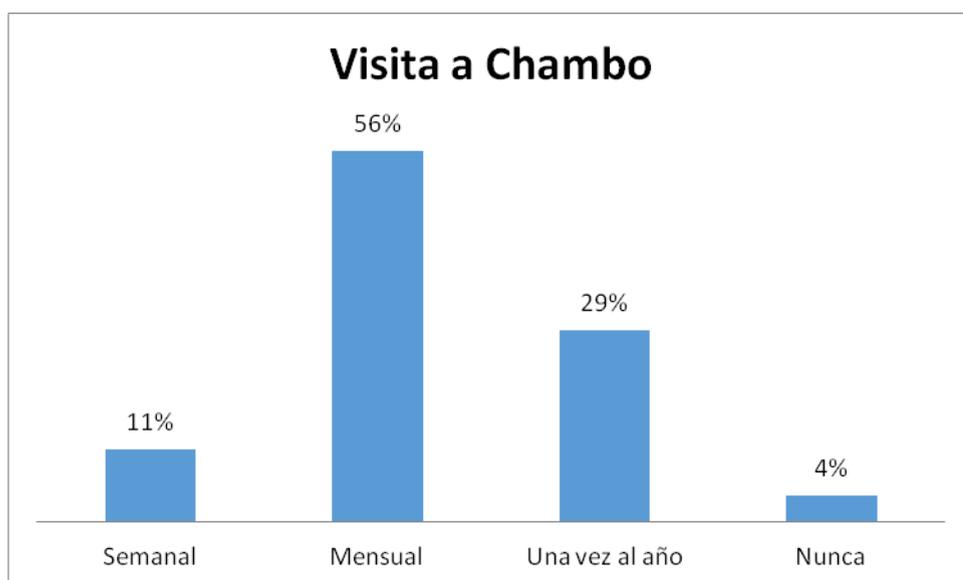


Gráfico N° 8 Visita al Cantón Chambo

INTERPRETACIÓN

El 56% de los encuestados manifiestan que la frecuencia con que visitan en cantón Chambo es mensual, el 29% expresa que visita el cantón Chambo una vez al año y el 11% acuden al cantón Chambo semanalmente 4% siendo este el porcentaje más bajo nunca la visitan.

7. Tamaño del Grupo

Tabla N° 19 Tamaño del Grupo

Detalle	Turistas	Porcentaje
Solo	2	1%
Su familia	121	78%
Su pareja	21	14%
Amigos	11	7%
TOTAL	155	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas Julio 2015

Elaboración: Juan Cevallos

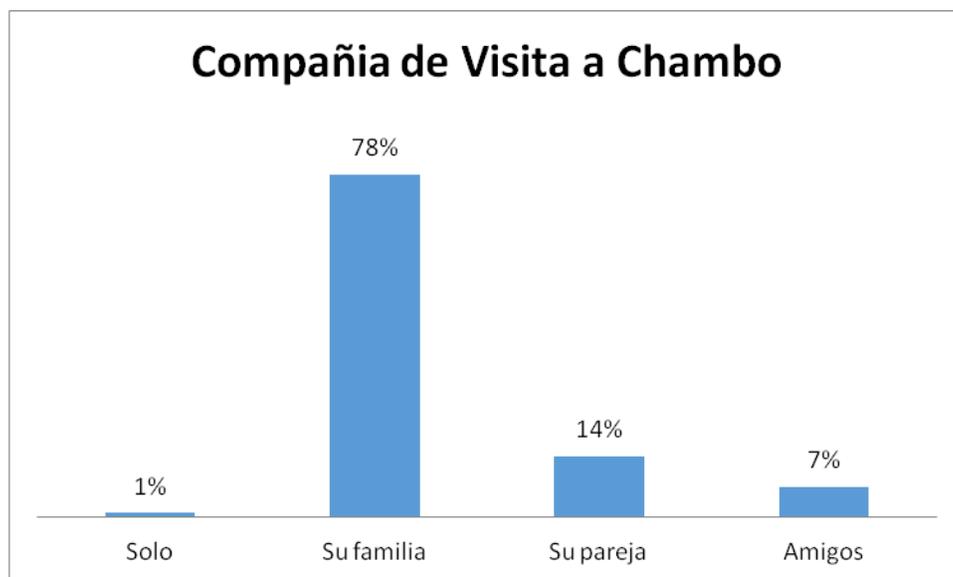


Gráfico N° 9 En compañía de quien visita el Cantón Chambo

INTERPRETACIÓN

El 78% de los encuestados que visitan el cantón Chambo lo hacen con la familia, el 14% lo realizan con su pareja, el 7% acuden con amigos y el 1% solos

8. Servicios

Tabla N° 20 Servicios Ofertados

Servicios ofertados	Turistas	Porcentaje
Capacitación	12	8%
Guías	57	37%
Medios Interpretativos	86	55%
TOTAL	155	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas Julio 2015

Elaboración: Sebastián Cevallos

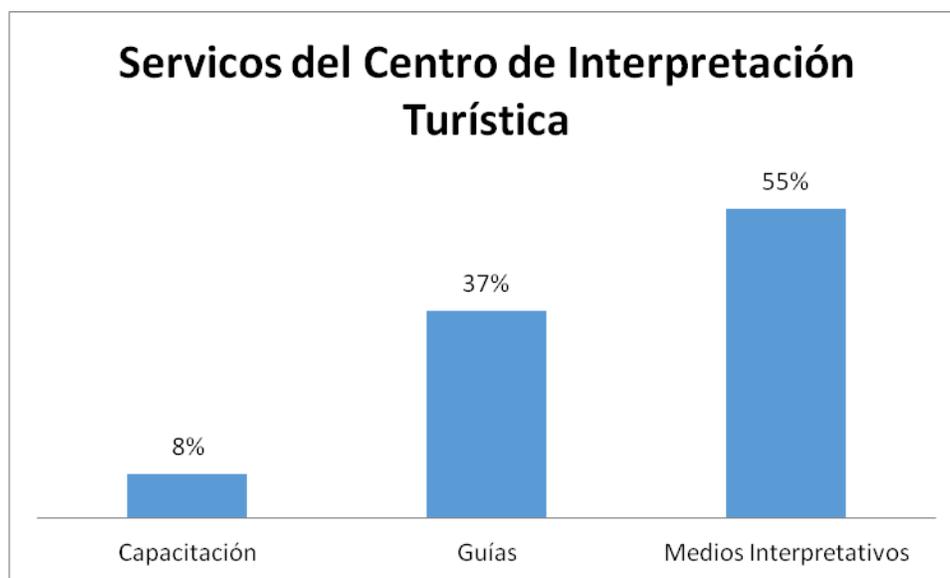


Gráfico N° 10 Servicios del Centro de Interpretación Turística

INTERPRETACIÓN

El 55% de los encuestados manifiesta que en el cantón Chambo debería fortalecerse el servicio de medios interpretativos, mientras que el 37% opina que debería fortalecerse el servicio de guías y 8% expresa que debería fortalecer el servicio capacitación

9. Medios de comunicación

Tabla N° 21 Medios de Comunicación

Medios de Información	Turistas	Porcentaje
Internet	45	29%
Guías o Revistas Turísticas	33	21%
Avisos Publicitarios	15	10%
Amigos o Familiares	62	40%
TOTAL	155	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas Julio 2015

Elaboración: Sebastián Cevallos

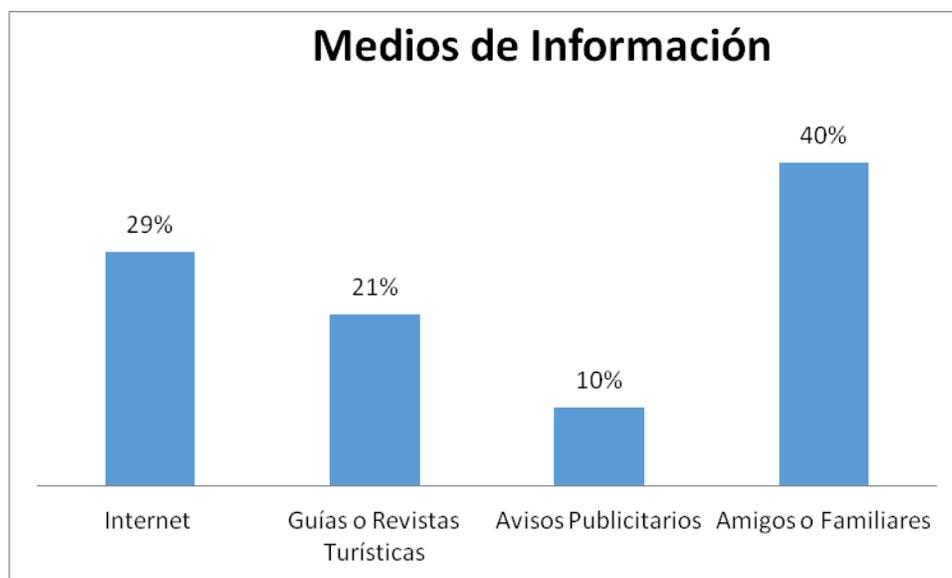


Gráfico N° 11 Medios de Comunicación Utilizados por los Turistas

INTERPRETACIÓN

El 40% de los encuestados se informó a través de sus amigos y familiares, el 29% utilizó el internet, el 21% obtuvo información por medio de guías o revistas turísticas y el 10% se informó a través de anuncios publicitarios.

10. Turistas que necesitaron información

Tabla N°22 Turistas que necesitan información

Información	Turistas	Porcentaje
SI	128	83%
NO	27	17%
TOTAL	155	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas Julio 2015

Elaboración: Sebastián Cevallos

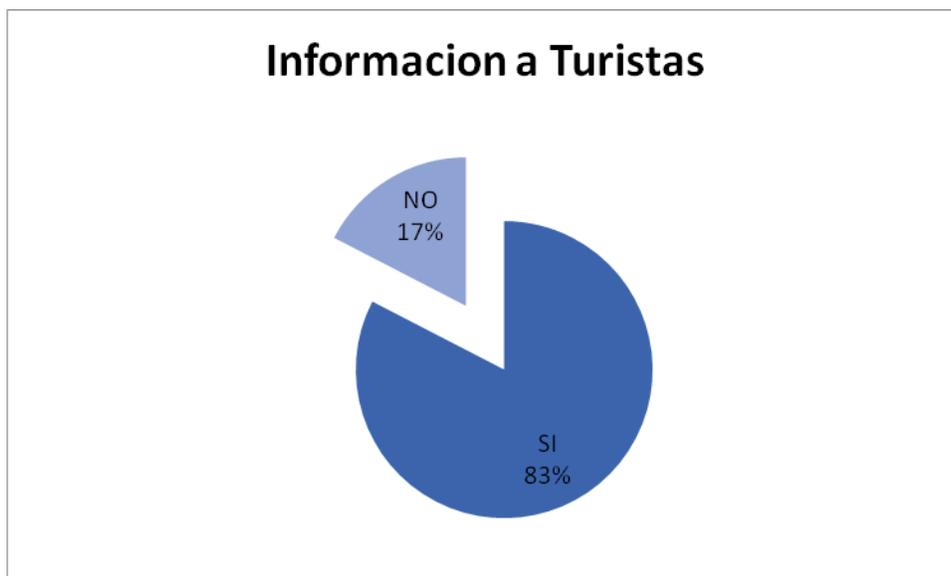


Gráfico N° 12 Turistas que necesitaron información

INTERPRETACIÓN

El 83% de los turistas que estuvieron en el Cantón Chambo necesitaron algún tipo de información para realizar su visita, mientras que el 17% no requirieron información.

11. Factores que impiden el desarrollo turístico

Tabla N° 23 Desarrollo Turístico

Factores	Turistas	Porcentaje
Falta de difusión, promoción e información	64	41%
Escasos productos y planta turística	31	20%
Carencia de vías de acceso	18	12%
Mala atención al turista	42	27%
TOTAL	155	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas Julio 2015

Elaboración: Sebastián Cevallos

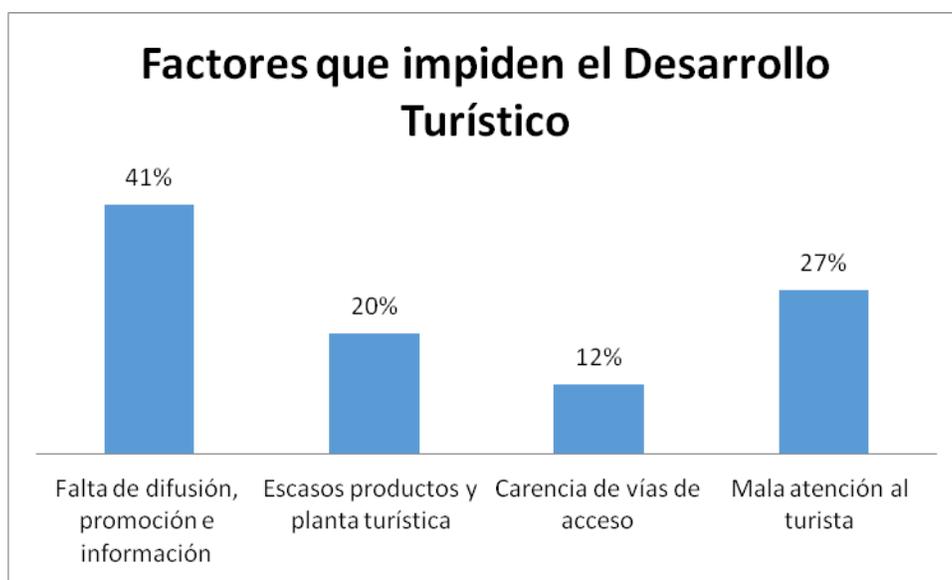


Gráfico N° 13 Turistas que necesitaron información

INTERPRETACIÓN

El 41% de los turistas consideran que lo que impide el desarrollo turístico del Cantón Chambo es la falta de difusión, promoción e información turística, mientras que el 27% considera que se debe a la mala atención al turista, el 20% opina que se debe a los escasos productos y planta turística y el 12% cree que es por la carencia de vías de acceso.

12. Implementación de un Centro de Interpretación Turística

Tabla N° 24 Centro de Interpretación Turística

Información	Turistas	Porcentaje
SI es necesario	125	84%
NO es necesario	24	16%
No sabe / No opina	16	11%
TOTAL	149	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas Julio 2015

Elaboración: Sebastián Cevallos

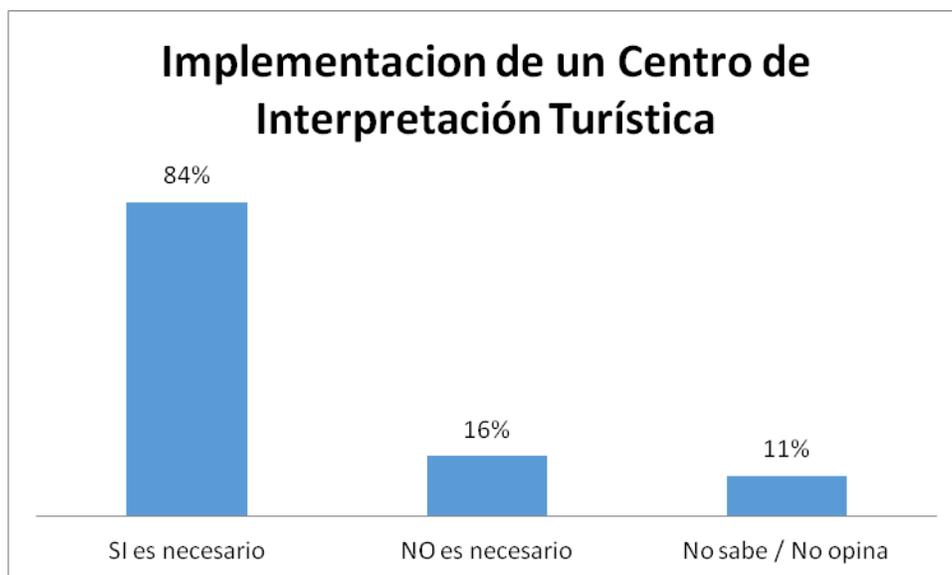


Gráfico N° 14 Implementación de un Centro de Interpretación Turística

INTERPRETACIÓN

El 84% de turistas consideran que si es necesario que se implemente un centro de Interpretación Turística en el Cantón Chambo, mientras que el 16% considera que no es necesario y el 11% no sabe, no opina

13. Ubicación

Tabla N° 25 Ubicación

Ubicación	Turistas	Porcentaje
Parque Central	97	63%
Municipalidad	58	37%
TOTAL	155	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas Julio 2015

Elaboración: Sebastián Cevallos

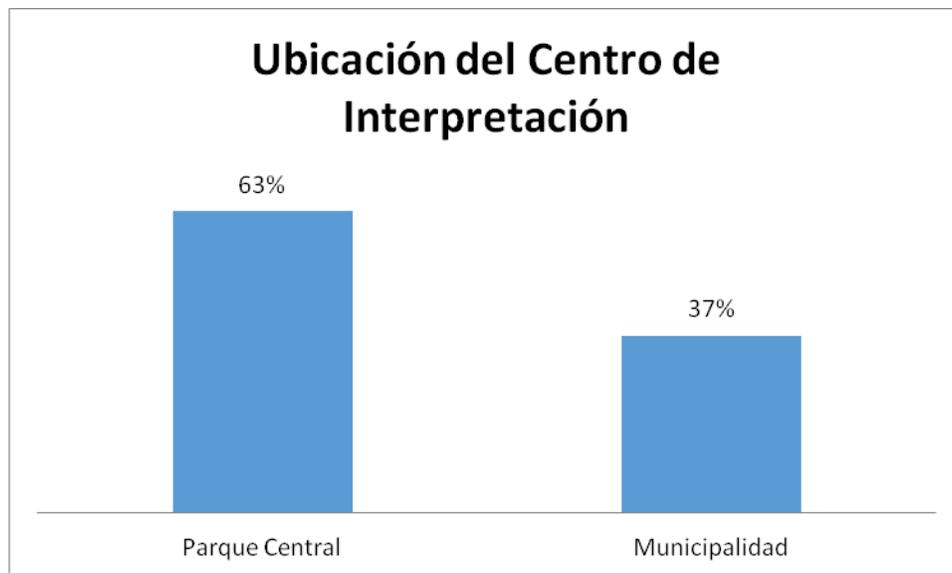


Gráfico N° 16 Ubicación del Centro de Interpretación Turística

INTERPRETACIÓN

El 63% de los encuestados manifiestan que les gustaría que este ubicado en el Parque Central y el 37% cerca de la municipalidad.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- ✓ Como primer análisis sobre la oferta y demanda existente en el cantón Chambo, se determinó que anualmente el cantón es visitado por 18576 turistas aproximadamente, de los cuales el 90% son turistas nacionales y el 10% extranjeros, ésta demanda de turistas se incrementa en vacaciones y feriados como carnaval y Semana Santa.

- ✓ Cuando los turistas visitan el Cantón Chambo los sitios de mayor preferencia para ellos son conocer los Atractivos Naturales, quienes permanecen períodos cortos de tiempo sin pernoctar en el cantón; en su mayoría son atraídos por actividades recreativas y prefieren realizar el viaje en familia o con amigos.

- ✓ La mayor parte de turistas encuestados necesitaron de información al llegar a Chambo y tuvieron problemas para recibir esta información por lo que un gran número consideran que es necesario la implementación de una Centro de Interpretación Turística, para el desarrollo turístico en el cantón.

5.2. RECOMENDACIONES

- ✓ El Ministerio de Turismo conjuntamente con el GADM de Chambo deberían promover un turismo responsable mejorando así la conservación de los atractivos naturales y culturales de la zona.

- ✓ Se debería implementar proyectos de promoción, los mismos que ayuden a la difusión de los recursos turísticos del cantón y de esta manera se brindará facilidad al turista que visite este lugar.

- ✓ Crear eventos y actividades que permitan una mayor utilización de los establecimientos hoteleros en Chambo durante todo el año, con el fin de incrementar la afluencia de turistas.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA

Estructura de los Medios Interpretativos para el apoyo del centro de Interpretación Turística del cantón Chambo, provincia de Chimborazo.

6.2. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar la estructura de los Medios Interpretativos para el apoyo del centro de Interpretación Turística del cantón Chambo, provincia de Chimborazo.

6.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar el Inventario Turístico de los principales Atractivos Naturales y Culturales del Cantón.
- Identificar la demanda potencial insatisfecha, precios y canales de comercialización mediante el Estudio del Mercado.
- Diseñar los medios interpretativos.

6.4. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

En los estudios realizados a continuación se determinan los factores necesarios para la implementación del Centro de Interpretación Turística tomando en cuenta sus atractivos y su gente para el desarrollo turístico del Cantón.

6.5. OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA

6.5.1. Oferta Turística

“La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas”. (Alvarez Roman J, 2010)

6.5.2. Evaluación y Jerarquización

Permitirá hacer un análisis individual de cada uno de los atractivos, con el fin de calificarlo en función de la información que se logra recolectar en la investigación de campo. La etapa de evaluación de los atractivos turísticos tiene como objetivo fundamental la selección y priorización de ellos. Esta selección se basa en la calidad de los atractivos turísticos existentes para que ofrezcan las condiciones más favorables para su desarrollo y explotación conjunta lo cual implica un examen crítico de los atractivos inventariados para establecer su interés sobre bases objetivas y comparables, asignándoles las correspondientes jerarquías.

6.5.3. Registro de la información a través del formulario

Los datos que se debe incluir dentro del formulario de atractivos naturales y culturales.

Datos generales: En primer lugar se enumerará la ficha y se indicará la hora en la que se realiza el trabajo, debe además constar el nombre del investigador y del supervisor evaluador.

Categoría: Se describe sitios naturales o manifestaciones culturales dependiendo del atractivo que se está inventariando.

Tipo y subtipo: Anotar el tipo y subtipo a los cuales pertenece el atractivo que se está realizando el inventario.

Nombre: Indicar el nombre como se conoce el nombre o lugar inventariado.

Ubicación: Se debe identificar el nombre de la provincia, cantón, parroquia y comunidad a la cual pertenece el atractivo.

Distancia del centro urbano más cercano al atractivo: Anotar el nombre de dos localidades cercanas y representativas que se hallen cerca del atractivo y registrar la distancia en kilómetros.

Calidad: Es la medida del interés de un atractivo inherente a sí mismo. Las características que hacen único o relativamente único al atractivo y que motivan las visitas de corrientes turísticas.

Característica: Se debe anotar el conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permitan apreciar como igual, mejor o peor que las restantes de su especie, se debe remitir a los cuadros donde se resalte las características de los atractivos que deben inventariarse.

Valor intrínseco: De acuerdo a la categoría en este casillero se anotará tipo y subtipo del atractivo, las características que constan en los respectivos listados y todos aquellos datos que se consideran relevantes y que puedan definir en mejor forma el atractivo.

Valor extrínseco: Se indicará los hechos relevantes que dan mayor importancia al atractivo: hechos históricos, científicos, etc. Para el caso de sitios naturales se consignaran usos actuales del atractivo y aquellos factibles de realizar.

Estado de conservación: Significa el grado de integridad física en que se encuentra un atractivo, tanto desde el punto de vista de su situación original o inicial como a partir de las posibles acciones del hombre para buscar una mayor vida del atractivo. Para el caso de acontecimientos programados se considera la organización, contenido, programación y cumplimiento del evento.

Entorno: Hay que señalar el ambiente físico biológico y socio cultural que rodea al atractivo ya sea conservado, en proceso de deterioro, describiendo de manera puntual las acciones que inciden para tal situación.

Apoyo: Es la medida de las condiciones físicas y operativas que complementan el atractivo para contribuir a su difusión y puesta efectiva en el mercado.

Infraestructura vial y de acceso: Es la infraestructura, medios de comunicación y de transporte que permiten la llegada al atractivo turístico. Se debe marcar con una X las vías y medios de acceso al atractivo.

Facilidades o servicios turísticos: Comprende las facilidades turísticas como aquellos servicios indispensables para satisfacer las necesidades de los turistas, en la zona donde está el atractivo, teniendo como área de ubicación un radio de dos horas de recorrido a pie, a caballo o en automóvil. Se evalúa también la acción de las comercializadoras de turismo en pro de la promoción de los turistas.

En los casilleros de alojamiento, alimentación y esparcimiento, se debe indicar el número total de plazas en las diferentes categorías y las unidades de servicio hotelero; igualmente con una X la presencia de redes de agua potable, energía eléctrica y alcantarillado.

Significado: Denota la importancia o relevancia de un atractivo en función del área territorial donde es conocido o divulgado.

Local: Este factor se refiere al grado de conocimiento del atractivo dentro del área municipal.

Provincial: El conocimiento o difusión abarca una o más provincias.

Nacional: El área de difusión abarca la totalidad del país.

Internacional: El atractivo supera las fronteras y es conocido en otros países, son generalmente los atractivos promocionados por el turismo receptivo.

6.6. Jerarquización de los atractivos

Para la jerarquización de los atractivos naturales se utilizó el siguiente proceso: La valorización social dio lugar a la jerarquización de los atractivos en función de su capacidad para atraer mercados nacionales e internacionales, de manera que cuánto más lejanos sean los turistas que acuden a visitarlo, mayor será su jerarquía. Por tal motivo los atractivos se clasifican en cuatro jerarquías:

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

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

JERARQUÍA II: Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes ya sea del mercado interno y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas.

JEERARQUÍA I: Atractivos sin méritos suficientes para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

6.7. Descripción de los parámetros de evaluación

Los atractivos fueron evaluados en base a tres parámetros: calidad, apoyo y significado.

CALIDAD: Es la medida de interés de un atractivo inherente a sí mismo, las características que lo hacen único al atractivo y que motivan la visita de los turistas.

Valor intrínseco: Significa el valor inherente a sí mismo, las características únicas que motivan la visita de los turistas.

Valor extrínseco: Es el valor convencional de un atractivo, eso es afectado en magnitud, majestuosidad o por hecho. Para el caso de los sitios naturales se debe valorar en función de los usos y en la medida de la exclusividad o variedad.

Estado de conservación: Significa el grado de integridad física en que se encuentra el atractivo, desde el punto de vista inicial u original.

Entorno: Se refiere al ambiente físico-biológico y socio-cultural que rodea un atractivo.

APOYO: Es la medida de las condiciones físicas y operativas que complementan el atractivo, para contribuir su difusión y puesta en el mercado.

Acceso: Es la infraestructura, medios de comunicación y de transporte que permiten la llegada al atractivo turístico.

Servicios: Este factor comprende tanto las facilidades turísticas como aquellos servicios indispensables para satisfacer las necesidades del turista, en la zona donde se encuentra el atractivo, teniendo como área de ubicación un radio de dos horas de recorrido a pie, a caballo o en automóvil.

Asociación con otros atractivos: Permite medir el grado de complementariedad de un atractivo al pertenecer o estar ubicado dentro de un conjunto de atractivos, hecho que afecta a su difusión en el mercado turístico.

SIGNIFICADO: Es la variable que denota la importancia o relevancia de un atractivo en función del área territorial donde es conocido o divulgado.

Local: Se refiere al grado de conocimiento el atractivo dentro del área municipal.

Provincial: El conocimiento del atractivo abarca una o más provincias.

Nacional: El área de difusión abarca la totalidad del país.

Internacional: El atractivo supera las fronteras y es conocido en otros países.

6.8. Jerarquización de los atractivos

VARIABLE FACTOR PUNTAJE

CALIDAD

- Valor intrínseco 15
- Valor extrínseco 15
- Entorno 10
- Estado de conservación 10
- Total 50

APOYO

- Acceso 10
- Servicios 10
- Asociación con otros atractivos 5

- Total 25

SIGNIFICADO

- Local 2 –
- Nacional 4 –
- Provincial 7
- Internacional 12
- Total 25

TOTAL 100

Fuente: Ministerio de Turismo, 2014

Elaboración: Sebastián Cevallos

La jerarquía se establece a partir de la suma de los valores asignados a cada factor y con función de los puntos obtenidos, se determina el rango jerárquico donde se localiza el atractivo:

JERARQUÍA I: 1 a 25 puntos.

JERARQUÍA II: 26 a 50 puntos.

JERARQUÍA III: 51 a 75 puntos.

JERARQUÍA IV: 76 a 100 puntos.

6.9. INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES DEL CANTÓN CHAMBO

Cada vez ganan más adeptos las actividades y deportes que demandan cierto grado de esfuerzo y habilidades con grandes emociones y satisfacciones. Para eso el Cantón

Chambo Provincia de Chimborazo tiene espléndidos escenarios donde ahora se desarrollan las nuevas corrientes turísticas que se identifican con la naturaleza.

A continuación se presentan los principales atractivos turísticos que son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante; un atractivo es un bien tangible o intangible que provoca una motivación de visita por parte de la demanda (visitante) e indispensables en el diseño del centro de interpretación turística del cantón. Los atractivos turísticos se clasifican en Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales.

Los primeros tienen varios tipos como: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, cascadas, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas, ambientes marinos, tierras insulares y el sistema de áreas protegidas. Las manifestaciones culturales son: históricas, etnográficas, realizaciones técnicas y científicas, realizaciones contemporáneas y acontecimientos programados. (Vargas C. 2005, pág. 56)

- INVENTARIO DE ATRACTIVOS NATURALES

Este inventario se basa en los siguientes pasos:

- Reconocimiento de campo, toma de datos y fotografías
- Valoración y jerarquización de atractivos
- Definición de la imagen turística del lugar.

- INVENTARIO DE MANIFESTACIONES CULTURALES

Para realizar el inventario de los recursos culturales se da a conocer las costumbres y tradiciones existentes en la zona de estudio.

AGUAS TERMALES DE AGUALLANCHI

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Aguas Subterráneas

Subtipo: Aguas Termales

Jerarquía: II



Provincia: Chimborazo

Cantón: Chambo

Parroquia: Guayllabamba

Latitud: 98°59'18''

Longitud: 77°34'85''

Altitud: (msnm): 3241

Temperatura: (°C): 7-12

Descripción del Atractivo.

De acuerdo a los estudios realizados las aguas termales de Aguallanchi, mejor conocidas como de Guayllabamba, tienen origen volcánico, sus aguas son ricas en minerales, lo que le atribuye una gran propiedad curativa, son visitadas por turistas locales y provinciales, a su alrededor encontramos zonas de bosque primario, y aun costado de las aguas termales cruza el río Timbul. lo que hace de ello otra oportunidad para disfrutar de la naturaleza. Su infraestructura básica es indispensable para que los turistas se sientan cómodos. Cuenta con tres piscinas dos para adultos y una para niños.

Impactos Positivos:

Ingresos económicos para la población cercana al atractivo.

Dotación y mejora de servicios básicos para la comunidad.

LAGUNAS DE ROCÓN

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Ambiente Lacustre

Subtipo: Laguna

Jerarquía: II



Provincia: Chimborazo

Cantón: Chambo

Parroquia: San Miguel Guaructús

Latitud: 98°64'06''

Longitud: 77°20'05''

Altitud: (msnm):3148

Temperatura: (°C): 12-13

Descripción del Atractivo.

Los potreros colindantes gracias a su escorrentía ayudan a su formación, se halla situada en una hondonada, su diámetro es cercano a 1 kilómetro, otro atractivo complementario es sin duda el bosque primario que se halla en la ladera.

Impactos Positivos:

Ingresos económicos para la población cercana al atractivo.

Dotación y mejora de servicios básicos para la comunidad.

BOSQUE PRIMARIO LEONÁN DE LLUCUD

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Bosque

Subtipo: Páramo

Jerarquía: II



Provincia: Chimborazo **Cantón:** Chambo **Parroquia:** Comunidad de Llucud

Latitud: 98°90'67'' **Longitud:** 77°34'40'' **Altitud:** (msnm):3000

Temperatura: (°C): 12-18

Descripción del Atractivo.

El bosque primario Leonán de Llucud, posee un mirador natural, desde donde se puede observar las cabeceras cantonales de Chambo, Guano y Riobamba, desplegando una vista espectacular. Cuenta con aproximadamente unas 67 hectáreas de extensión, pertenecientes a la Asociación de Productores Agrícolas de la comunidad. Existen senderos en el bosque, que permite visitar los rincones de este atractivo y realizar un sin número de actividades.

Impactos Positivos:

Ingresos económicos para la población cercana al atractivo.

Dotación y mejora de servicios básicos para la comunidad.

LOS CUBILLINES

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Montaña

Subtipo: Alta Montaña

Jerarquía: II



Provincia: Chimborazo

Cantón: Chambo

Parroquia: Comunidad Cubillines

Latitud: 98°62'62''

Longitud: 78°23'11'' **Altitud:** (msnm): 4730

Temperatura: (°C): 2-7

Descripción del Atractivo.

Son un conjunto de cumbres que según los habitantes de la zona, están llenas de misterio. Su pendiente es suave por lo que no implica mayor riesgo para quienes gustan del deporte y turismo de montaña. Están ubicadas al este del cantón, la zona de vida es páramo pluvial subalpino. Los Cubillines forman parte del Parque Nacional Sangay y en temporadas frías su clima se convierte en nival o gélido en su cumbre.

Impactos Positivos:

Ingresos económicos para la población cercana al atractivo.

Dotación y mejora de servicios básicos para la comunidad.

LA IGLESIA MATRIZ

Categoría: Sitio cultural

Tipo: Bienes inmuebles

Subtipo: Arquitectura Religioso

Jerarquía: II

Provincia: Chimborazo **Cantón:** Chambo



Latitud: 98°90'67'' **Longitud:** 77°34'40'' **Altitud:** (msnm):3000

Temperatura: (°C): 12-18

Descripción del Atractivo.

El Cantón Chambo, es un pueblo católico, y la mejor muestra es su iglesia matriz, fue construido desde 1890 hasta 1920, de arquitectura gótica hacia el interior, a diferencia de sus pilares y ventanales que son de estilo neoclásico, está dividida en tres naves, con retablos de tendencia barroca tallados finamente con imágenes de santos San Juan Evangelista es el patrono del cantón, posee la iglesia cuatro campanas, dos grandes y dos medianas en la parte posterior de la iglesia se halla una capilla pequeña, en donde los días jueves se realiza la adoración al Santísimo. Las actividades que se pueden realizar son: Fotografía, acompañado de los actos litúrgicos por las festividades como las de Semana Santa, fiestas de San Juan, mes de maría y navidad.

Impactos: Es importante reconocer todos los templos religiosos y este templo tiene un significado muy especial para los chambeños, así que se puede tener en cuenta como atractivo del cantón, además es una capilla que acoge a todos los visitantes.

SANTUARIO DE NUESTRA SEÑORA DE LA FUENTE DEL CARMELO DE CATEQUILLA

Categoría: Sitio cultural

Tipo: Bienes inmuebles

Subtipo: Arquitectura Religioso

Provincia: Chimborazo **Cantón:** Chambo

Latitud: 98°90'67'' **Longitud:** 77°34'40''

Temperatura: (°C): 12-18



Descripción del Atractivo.

Con su patrona la Virgen del Carmen, fue construida en su honor, la imagen, cuentan que apareció en dibujada en una roca, es común y adoptada como tradición las romerías que se realizan a este santuario, desde diversos puntos geográficos del país, los fieles dan cuenta de un sin número de milagros por lo que se hacen presentes con placas de agradecimiento y limosnas. Consta de dos pisos, el primero es utilizado como una especie de catacumbas y el superior es donde se halla la imagen de la Virgen del Carmelo en una piedra de aproximadamente 2 metros. Las actividades que se pueden realizar son: fotografía, acompañado de los actos litúrgicos por las festividades que son el 16 de Julio, aquí se puede disfrutar de juegos populares, verbenas, caminatas y romerías.

Impactos: Realizar mantenimiento preventivo para evitar su deterioro y así podrá conservarse por muchos años más en su estado original.

TABLA N° 26**RESUMEN DE LOS ATRACTIVOS DEL CANTÓN.**

N	NOMBRE DEL ATRACTIVO.	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JER
1	Aguas Termanles de Aguallanchi	Sitio Natural	Aguas Subterranas	Aguas Termales	II
2	Lagunas de Rocón	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Laguna	II
3	Bosque Primario Leonan	Sitio Natural	Bosque	Páramo	II
4	Los Cubillines	Sitio Natural	Montaña	Alta Montaña	II

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

Elaborado Por: Sebastián Cevallos

TABLA N° 27

MANIFESTACIONES CULTURALES

MANIFESTACIONES CULTURALES	CATEGORÍA		TEMÁTICA
Patrimonio material	Históricas		Iglesia Matriz de Chambo Santuario de Catequilla Aguas termales de Aguallanchi Bosque primario Leonán de Llucud Nevado Los Cubillines Laguna Rocón
Agrupaciones culturales	Etnográficos		Medicina Tradicional Tradición Oral El Canelazo
Actividades colectivas	Acontecimientos programados		Fiestas de cantonización Fiestas Patronales y/o Religiosas

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

Elaborado Por: Sebastián Cevallos

TABLA N° 28**Hospedaje**

RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	HABITACIONES	PLAZA
Hotel Chambo	Cacique Achamba	Tercera	12	22

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

Elaborado Por: Sebastián Cevallos

TABLA N° 29**Alimentación**

RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	PLAZA
Bar Restaurant Katty Burguer	Av. 18 de Marzo y Manuel Zabala	Tercera	38
Ricon Chambeñita	Av. 18 de Marzo	Tercera	48
Salon de Fritadas El Gatito	Av. 18 de Marzo	Tercera	20
El Vergel	Via a Santa Rosa	Segunda	100
La Pampa	Via a Catequilla	Segunda	72
Aguas Termales de Aguallanchi	San Francisco de Chambo	Segunda	40

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

Elaborado Por: Sebastián Cevallos

TABLA N° 30**Lugares de Esparcimiento**

NOMBRE	SERVICIOS
La Pampa	Piscina, bar, cancha múltiple, juegos. Espacios verdes
El Vergel	Bar-restaurant, cafetería, heladería, karaoke, discoteca, eventos sociales
Aguas Termales de Aguallanchi	Bar, piscinas, parqueadero, espacios verdes para carpas y fogatas
El Complejo Chambo	Bar-restaurant, cafetería, heladería, piscina hidromasaje, sauna – turco, gimnasio, parqueadero

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

Elaborado Por: Sebastián Cevallos

TABLA N° 31

Proporción y superficies de territorio cantonal bajo conservación o manejo ambiental.

NOMBRE DEL ÁREA PROTEGIDA	CATEGORÍA	SUPERFICIE CON COBERTURA NATURAL	PORCENTAJE DEL CANTÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN PRINCIPALES PRESIONES ANTRÓPICAS	PRIORIDAD DE CONSERVACIÓN (MAE)
“Sangay”	Bosque Protector Sub cuenca de Río Blanco	4944.50 has.	30.05 %	Buen estado de conservación. Presión de pastoreo fuera del área de protección.	Alta
“Cubillines”	Área Protegida	4867.25 has.	29.58%	Buen estado de protección. Riesgo de crecimiento de la frontera agrícola.	Alta.

Fuente: Ministerio del Ambiente Ecuador. 2014

Elaboración: Sebastián Cevallos

6.10. DEMANDA TURÍSTICA

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

- Disminuye la capacidad adquisitiva del turista
- Los turistas buscan productos sustitutivos a un determinado precio

Consecuentemente con este planteamiento, el primer elemento de decisión del turista deberá ser el precio y la cantidad de servicios y de productos que se ofrece”, (Ponce, R 2009), para lo cual se aplicó la encuesta basada en 10 preguntas las cuales nos brindarán resultados reales sobre las necesidades y preferencias que tiene el turista que visita el Cantón Chambo.

6.11. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

El análisis de la demanda se logró mediante la recopilación de las fuentes primarias y las fuentes secundarias. Las fuentes primarias se obtuvieron por medio de contacto directo con el consumidor, para lo cual se aplicaron encuestas. Las fuentes secundarias son datos oficiales emitidos por los establecimientos turísticos de dicha localidad los cuales son registrados diariamente por sus propietarios sobre la visita de los turistas.

Para determinar las proyecciones de la demanda no se ha encontrado datos históricos, pero mediante datos reales proporcionados por los establecimientos turísticos de dicha localidad los cuales son registrados diariamente por sus propietarios sobre la visita de los turistas se conoce que en el año 2014 ingresaron 18576 turistas al Cantón proyectaremos hasta el año 2019 con una tasa de crecimiento del 5%.

Datos:

Reemplazando los datos tenemos:

Po = Población inicial
 i = Índice de crecimiento turístico
 n = Número de años
 Pn = Proyecciones para cada año

Po = 18576
 i = 0.05
 n = número de año
 Pn= ?

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

$$P_{2014} = 18576 (1+0.05)^0 = 18576$$

$$P_{2015} = 18576 (1+0.05)^1 = 19505$$

$$P_{2016} = 18576 (1+0.05)^2 = 20480$$

$$P_{2017} = 18576 (1+0.05)^3 = 21504$$

$$P_{2018} = 18576 (1+0.05)^4 = 22579$$

$$P_{2019} = 18576 (1+0.05)^5 = 23708$$

TABLA N° 32

Proyecciones de la Demanda

Año	n	Proyecciones
2014	0	18576
2015	1	19505
2016	2	20480
2017	3	21504
2018	4	22579
2019	5	23708

Elaboración: Sebastián Cevallos

6.12. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

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

Según datos, investigación de campo no se encuentran registrados, en funcionamiento establecimientos, instituciones que ofrezcan el mismo servicio y producto en el Cantón con la implementación de un Centro de Interpretación Turística

Datos:

Po = Población inicial

i = Índice de crecimiento turístico

n = Número de años

Pn = Proyecciones para cada año

Reemplazando los datos tenemos:

Po = 18576

i = 0.05

n = número de año

Pn= ?

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

P2014= 0 (1+0.05)⁰ = 0

P2015= 0 (1+0.05)¹ = 0

P2016= 0 (1+0.05)² = 0

P2017= 0 (1+0.05)³ = 0

P2018 = 0 (1+0.05)⁴ = 0

P2019= 0 (1+0.05)⁵ = 0

TABLA N° 33**Proyecciones de la Oferta**

Año	n	Proyecciones
2014	0	0
2015	1	0
2016	2	0
2017	3	0
2018	4	0
2019	5	0

Elaboración: Sebastián Cevallos

6.13. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Para realizar la siguiente comparación entre la oferta y la demanda vamos a aplicar la siguiente fórmula:

TABLA N° 34

Demanda Potencial Insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	DPI	Oferta Proyecto
	D	O	DPI=D – O	20% (DPI)
2014	18576	0	18576	3715
2015	19505	0	19505	3901
2016	20480	0	20480	4096
2017	21504	0	21504	4301
2018	22579	0	22579	4516
2019	23708	0	23708	4742

Elaboración: Sebastián Cevallos

6.14. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN

Para ofertar los servicios y productos del Centro de Interpretación Turística del Cantón Chambo, utilizaremos las siguientes técnicas de Marketing para difundir el servicio.

6.14.1. Logotipo del Centro de Interpretación Turística

Un logotipo es un elemento gráfico que identifica a una persona, empresa, institución o producto. Los logotipos suelen incluir símbolos normalmente lingüísticos claramente asociados a quienes representan. El logotipo se utiliza para lograr la adecuada comunicación del mensaje y la interpretación por parte del espectador.

Para que un logotipo resulte congruente y exitoso, conforme al principio fundamental del diseño donde «menos es más», la simplicidad permite que sea:

1. Legible (hasta el tamaño más pequeño)
2. Escalable (a cualquier tamaño requerido)
3. Reproducible (sin restricciones materiales)
4. Distinguible (tanto en positivo como en negativo)
5. Memorable (que impacte y no se olvide)

6.14.2. Descripción

Nombre: Centro de Interpretación Turística “Encanto Natural” en el cantón Chambo



- **Exhibiciones:** Se exhibirá el arte, pintura, gastronomía, y material promocional (videos – trípticos – maqueta – mapas) de sitios naturales como: miradores, ríos, cascadas, senderos, montañas, sitios culturales y ceremoniales, arquitectura tradicional, ecología, flora, fauna, producción y ganadería, en vitrinas y aparadores, representando la época actual y contemporánea del cantón.

-**Materiales:** Como una construcción tradicional de hormigón armado, columnas, piso, paredes, cimentación, ventanas con perfilera, estructura metálica, baldosas, iluminación, porcelana y griferías.

-**Infraestructura:** área de información, área interpretativa, área administrativa, sala de audiovisuales, baño y parqueadero.

-**Servicios:** interpretación e información turística de los atractivos naturales y la biodiversidad, guías turísticos, etc.

-**Medios de interpretación:** paneles interpretativos e información, murales interactivos, prototipos, hologramas, exhibiciones, audiovisuales, charlas y eventos.

Entre los principales beneficios que brindará el **Centro de Interpretación turística** podemos mencionar los siguientes:

- Constituye una herramienta para obtener posibilidades de desarrollo y franca estrategia para luchar contra la pobreza. Razón fundamental para la implementación del Centro de Interpretación Turística “Encanto Natural”, espacio pensado en los jóvenes, niños y niñas para aportar en el desarrollo de las capacidades cognitivas, de las destrezas laborales y la investigación científica con una clara identificación y preservación de su cultura.

- También permitirá el encuentro de la sociedad con las instituciones, empresas y los diferentes niveles de gobierno (nacional, provincial y municipal), generando así una agenda

con mejores perspectivas de desarrollo local, es te el punto de partida de modelo de gestión en el que la participación de los actores permite proyectar un esquema de sostenibilidad a largo plazo.

- El Centro de Interpretación Turística ofertará servicios a los diferentes grupos etarios de la población. Así los niños tienen un espacio rico en recursos que contribuye a su desarrollo intelectual, dispone de un espacio para proyecciones y los recursos lúdicos que permiten interactuar con el ordenador. Los jóvenes disponen de una sala wifi bajo la guía del administrador pueden acceder a la red y desarrollar procesos de investigación; también espacios para la discusión, debate y generación de propuestas y finalmente los adultos que cuenta con espacios para emprender sus procesos de conocimientos en el manejo de herramientas, capacitación y ejecutar los trámites ciudadanos en línea, estos espacios responden al carácter inclusivo del centro en el que de manera permanente encuentran respuestas a sus inquietudes.

- El Centro de Interpretación Turística atiende las necesidades específicas en el sector turístico para la difusión y promoción. Bajo estos lineamientos, la población beneficiaria directa que en primera instancia se pensó en los habitantes del cantón Chambo.

6.14.3. Propósitos del centro información turística

- **Dar la bienvenida:-** Exhibir un rótulo de bienvenida, permitir que el visitante se sienta esperado al llegar al lugar, permitir que la gente se conozca entre sí, la música de fondo puede ayudar a relajar y a estimular la interacción y exhibir el nombre del intérprete para reconocerlo.

- **Orientar al visitante:-** Permitir que el visitante pueda conocer lo que puede hacer y ver en el lugar, tener mapas o folletos disponibles, para mostrar o entregar y exhibir un mapa

para mostrar donde está el visitante en ese momento, en lo posible, con distancias a sitios referenciales.

- **Sensibilizar a los visitantes sobre los valores del lugar:-** Ofrecer o exhibir información que explique la importancia del sitio o las razones de su protección, comentar los beneficios del lugar para la gente y como deben comportarse los visitantes para evitar daños.

- **Atender las necesidades del visitante:-** Contestar las preguntas: ¿explicar qué servicios se brindan y dónde? y puede ser útil tener un cuaderno de notas con datos, direcciones, teléfonos, etc. para facilitarle al visitante.

- **Interpretar el lugar:-** Aplicando los principios, cualidades y estrategias a lo largo de un guion que porta un mensaje, tener folletos, exhibiciones, fotografías, objetos, etc. Y percibir los intereses que tienen los visitantes para dar información asociada a ellos.

6.15. ESTUDIO TÉCNICO

6.15.1. Tamaño del Proyecto

Dentro de los factores que nos ayudan a determinar el tamaño de nuestro proyecto tenemos los siguientes:

6.15.2. Localización del Proyecto

Para establecer el proyecto es necesario tener un buen sitio, es decir un lugar estratégico en la que existan cosas que llame la atención al cliente. Esta debe ser cómoda, con fácil acceso y materia prima a bajos costos.

- **Macro localización**

Macro localización

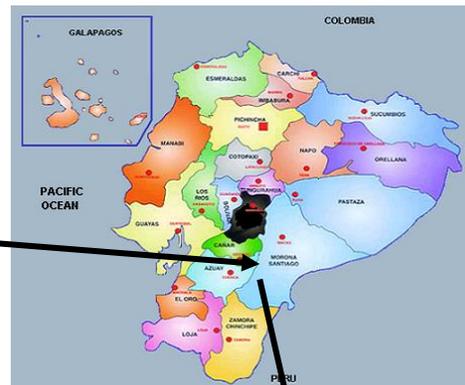
Continente:	América
Subcontinente:	América del Sur
País:	Ecuador
Región:	Sierra
Provincia:	Chimborazo
Cantón:	Chambo

Elaboración: Sebastián Cevallos

América del Sur

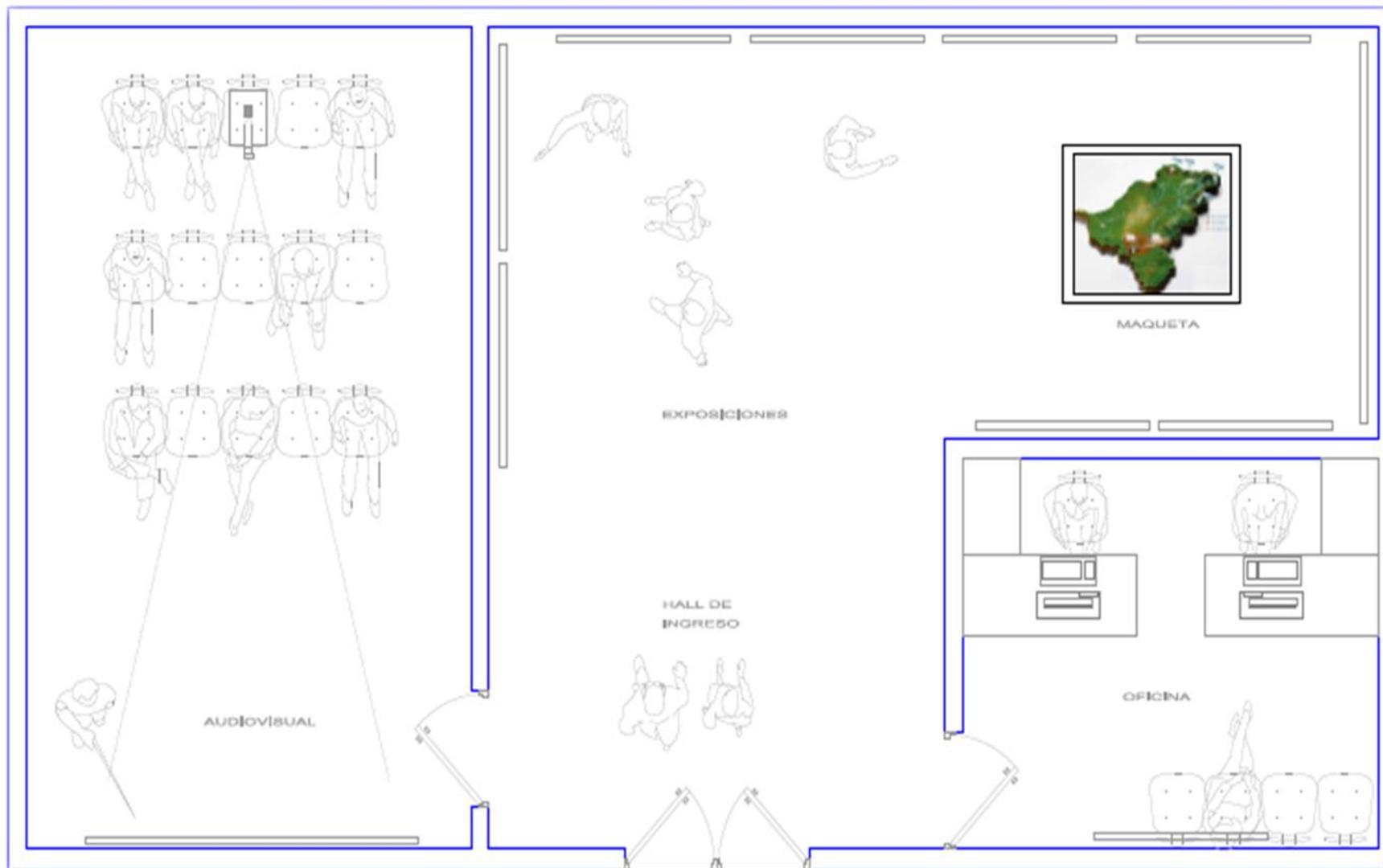


Ecuador



- **Micro Localización:** Chambo.

DISEÑO DE MEDIOS INTERPRETATIVOS
PLANO DE LA ESTRUCTURA Y UBICACION DEL CENTRO DE INTERPRETACION TURISTICA



Exhibidor 1.- Sala de Exposiciones



Propósito: Exponer de forma visual y explicativa a través del intérprete los atractivos que posee el cantón Chambo.

Descripción del Medio

Ubicación: se ubicara justo al frente del hall de ingreso, a continuación de la entrada.

Contenidos: se revelará imágenes y/o fotografías referentes a los principales atractivos existentes en Chambo.

Material Promocional

La publicidad, tiene como fin, el poder convencer, por medio de la comunicación de ideas, palabras e imágenes, al consumidor de comprar un bien productivo y no la competencia directa del mismo o uno sustituto.

Las campañas de mercadeo virtual y físico deben de ir acompañadas de material publicitario donde se comuniquen las bondades de los productos y/o servicios que se están promocionando. Existen diferentes ayudas publicitarias físicas y virtuales para llevar a cabo esta labor, sin embargo, todas cumplen papeles diferentes de acuerdo a las necesidades, mercado que se quiere llegar, entre otras.

El material puede ir desde una hoja volante, una tarjeta, un afiche, hasta algo más complejo página web, portales, radio, prensa y televisión.

Trípticos.- Es un folleto informativo doblado en tres partes, por lo regular es del tamaño de una hoja de papel tamaño carta, contiene la información de aquello que se crea que es importante dar a conocer.

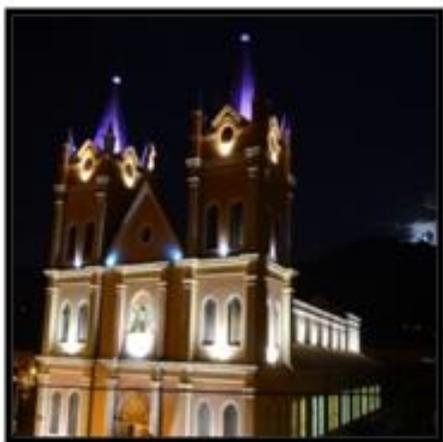
Descripción

Portada

- Título del Tríptico y collage de fotografías del cantón Chambo
- Logotipo del Municipio de Chambo.
- Descripción de algunos Lugares Turísticos para visitar.

Diseño

- Está diseñado en Formato A4, dividido en tres columnas
- La impresión del tríptico será en papel cuché,
- La impresión será a full color



Chambo, la Señora del Agro, es un cantón de la provincia de Chimborazo, muy conocido por sus cualidades agrícolas y por hermosos parajes que lo hacen muy visitado por turistas nacionales y extranjeros.

El cantón Chambo, está ubicado al noroeste de la provincia de Chimborazo. Posee una superficie de 163 Km². Su hidrografía está representada por los ríos, Chambo, Dajdal, Timbul y por la Laguna de Rocón. Su temperatura promedio es de 14 ° C y una altura de 2780 msnm. Su clima es apto para la agricultura, sus atractivos turísticos ofrecen al visitante variedad de oportunidades para disfrutar y encontrarse con la naturaleza.

LUGARES TURISTICOS

BOSQUE PRIMARIO LEONÁN DE LLUCUD

El Bosque Primario de Leonán de Llucud se encuentra ubicado al este del cantón y a una distancia de 9km del parque central, en la comunidad San Pedro de Llucud; posee una extensión aproximada de 67 hectáreas dicho espacio se encuentra bajo la administración de la Asociación de Productores Agrícolas de la comunidad de San Francisco de Llucud. El bosque por encontrarse por encima de los 3000 msnm se lo puede considerar como un mirador natural.

Complejo Turístico La Pampa



Localizado a cinco minutos de Chambo, ofrece canchas deportivas, juegos infantiles, toboganes, tarabita, pesca deportiva, paseo a caballos



Complejo Turístico El Vergel



Ubicado a cinco minutos de Chambo, cuenta con espacios verdes, canchas deportivas, juegos infantiles, granjas.

Los Cubillines



Son unas pequeñas montañas a las que se pueden llegar por un camino lleno de aventuras, a un día de camino de Chambo a pie para las personas intrépidas, se puede ir en motocicleta, con provisiones y tiendas de campaña. Las faldas de estas montañas son apropiadas para acampar.



AGUAS TERMALES



A 12 km de Chambo, entre las comunidades de Guayllabamba y San Francisco se encuentra esta fuente de agua termal de origen volcánico. Entre otros hermosos lugares que tiene nuestro cantón.

Rancho Willy



Lugar turístico ubicado en el barrio el rosario este lugar posee SPA con Piscina cubierta, Sauna, Turco, Hidromasaje, Baños de Cajón y Sala de Masajes, Áreas como Canchas Deportivas de *indor*, vóley y básquet, Salón de Juegos, Juegos Infantiles, Bar, Parqueadero, Hamacas, Asadero, Mirador y Chiva Turística, Restaurante, habitaciones simples, dobles, triples, Cabañas, Salones de recepción

Complejo la piscina



Ubicado al sureste de Chambo, vía a Guayllabamba, sobre una colina que es el mirador de la ciudad, aquí encontrará piscina de agua temperada, turco, sauna, hidromasajes, sala de juegos, etc.

Dirección	Teléfono	Fax	Lugar	Email
18 DE MARZO Y SOR MARGARITA HERRERA	(03) 2291-0172	(03) 2291-0172	CHAMBO	info@comunicacion.com

CHAMBO SEÑORA DEL AGRO PRINCESA DEL RIO



GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CHAMBO

Exhibidor 2.- MAQUETA de los Principales Atractivos turísticos



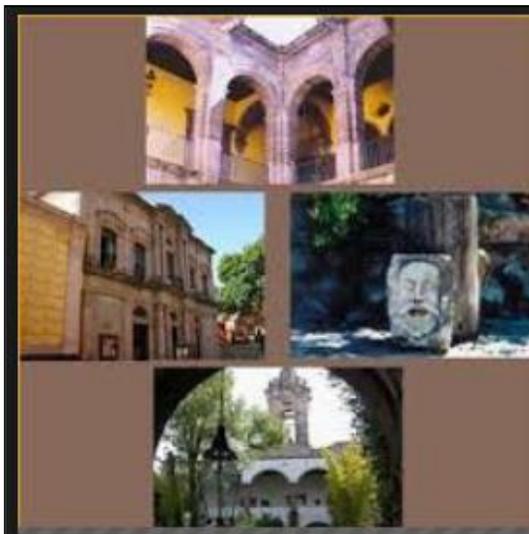
Propósito: Presentar de manera visual la ubicación de los atractivos turísticos que se encuentran en el cantón Chambo.

Descripción del Medio

Ubicación: se ubicará en la parte derecha de entrada al área de exposiciones.

Contenidos: el prototipo mostrará la ubicación de los diversos tipos de atractivos existentes en el cantón destacando las montañas, cascadas, ríos, bosques y la topografía propia de la zona.

Exhibidor 3.- Audiovisuales



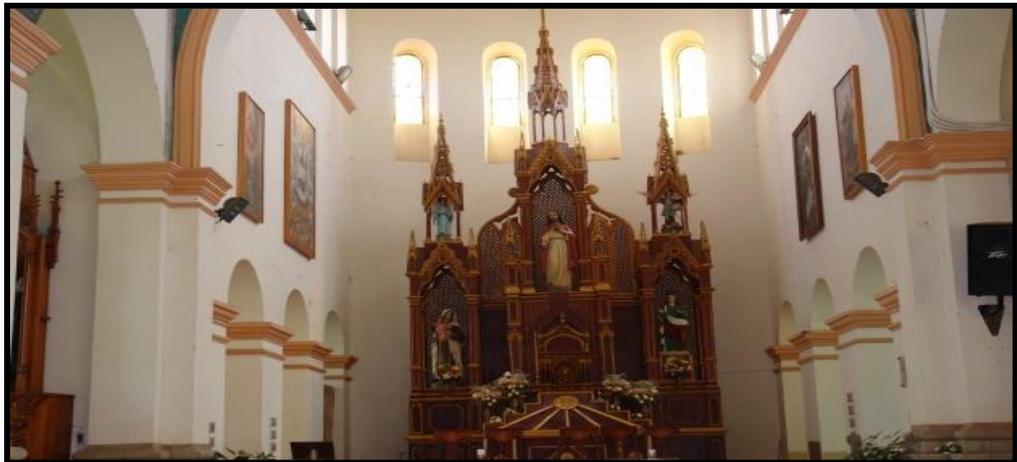
Propósito: Exponer de forma visual y explicativa a través de un proyector de video los principales atractivos de Chambo.

Un vídeo es un sistema de grabación y reproducción de imágenes, que pueden estar acompañadas de sonidos y que se realiza a través de una cinta magnética. Conocido en la actualidad por casi todo el mundo, consiste en la captura de una serie de fotografías (en este contexto llamadas “fotogramas”) que luego se muestran en secuencia y a gran velocidad para reconstruir la escena original.

- Atractivos naturales



- Atractivos culturales



- Flora



- Fauna



- Fiestas Patronales



- Comida Típica



6.16. ESTUDIO ADMINISTRATIVO – LEGAL

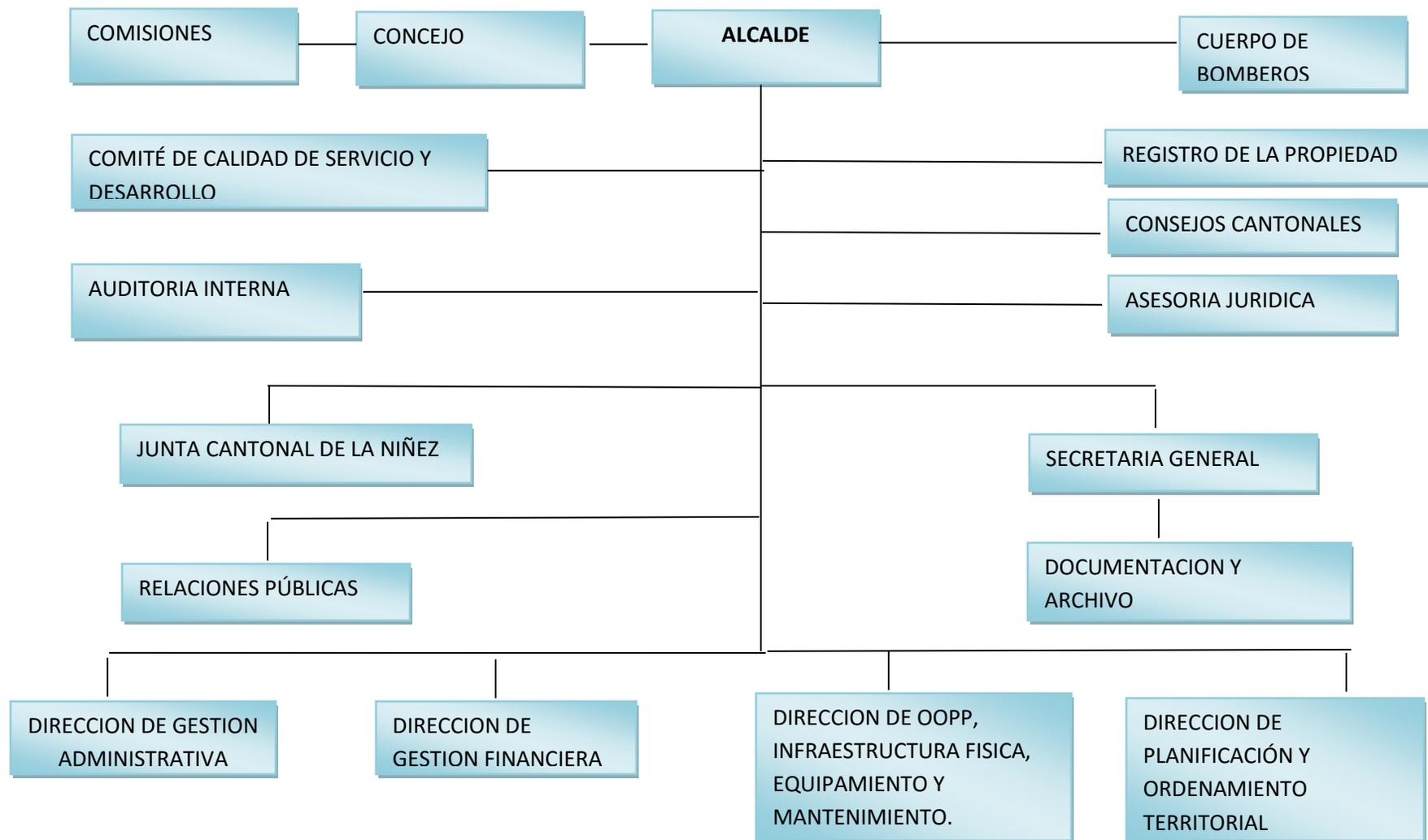
6.17. MISIÓN

Fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, posicionando el turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental de Ecuador.

6.18. VISIÓN

Ser reconocidos como líder en el desarrollo turístico sostenible en la región andina y consolidar el éxito de la actividad turística en el Ecuador mediante un modelo de gestión pública descentralizado, efectivo y eficiente.

6.18.1. ORGANIGRAMA DEL GADM CHAMBO





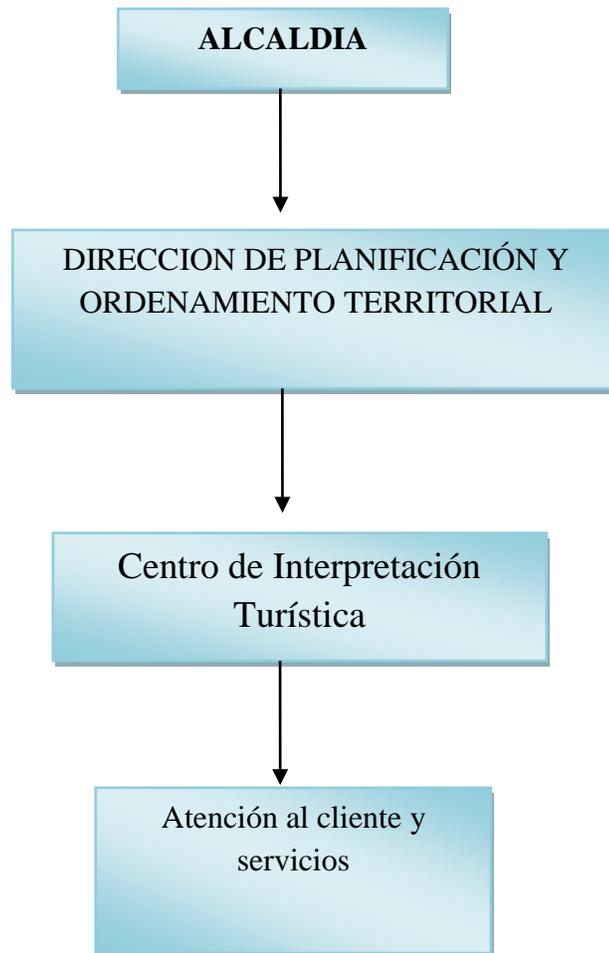
Fuente: GADM del Cantón Chambo

Elaborado Por: Sebastián Cevallos

6.18.2. Funciones Departamentales

Para promover un enfoque más operativo y funcional, según lo mencionado anteriormente, se ha determinado que el Centro de Información Turística estará coordinado bajo las siguientes áreas:

6.18.3. ORGANIGRAMA DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN TURÍSTICA



Elaborado Por: Sebastián Cevallos

- **Centro de Interpretación Turística**

Tiene por objetivo impulsar, en coordinación con el sector público y privado, las actividades turísticas de la comunidad, mediante planes, programas y proyectos, enmarcados en el Plan de Desarrollo Turístico y el Plan Estratégico Cantonal.

Funciones

- Colaborar con el Alcalde y el Ministerio de Turismo en la elaboración de políticas y acciones destinadas a promover y fortalecer el desarrollo turístico en los ámbitos urbano y rural de la población.
- Estudiar, preparar y apoyar la ejecución de planes de desarrollo turístico en coordinación con el sector privado y público local.
- Adquirir conocimientos de los programas y proyectos turísticos que se originen y se estén aplicando en la población a integrando su desarrollo en el marco de la política local.
- Establecer normas y calificación de la oferta turística de la población y supervisar la fiscalización de las mismas.
- Coordinar eventos y actividades turísticas que se realicen bajo el alero municipal.
- Colaborar en la preparación de la información turística para fines promocionales y conocimiento de visitantes.

Personal para el Centro de Interpretación Turística

Técnico en turismo.

La persona responsable de este cargo deberá ser un promotor turístico y cultural, ya que es esencial para el logro de los objetivos y cumplimiento de las metas planificadas; para

realizar trabajos de suministrar información y recopilación de datos turísticos del municipio. Desarrollando un calendario en el que se respete las actividades programadas por el Centro de Interpretación Turística la que trabajará en estrecha relación con las distintas oficinas, Unidad de Turismo, entre otras. Esto para llegar de una manera total y contar con el apoyo necesario, para que estas actividades de promoción y difusión obtengan el resultado esperado.

Funciones

- Coordinación de actividades con el Departamento de Planificación, Miembros del Comité permanente de fiestas, y otras dependencias semejantes al área turística para participación y coordinación de las diferentes ferias provinciales
- Planificar las actividades a corto, mediano y largo plazo de los recursos para el cumplimiento de los objetivos propuestos
- Dirige y representa la oficina de turismo ante las diferentes actividades que mantenga él a su cargo
- Controla y ejecuta los planes, programas y proyectos que se planifiquen en beneficio del desarrollo del turismo.
- Expositor en exhibiciones, ferias y festividades en las que sean invitados
- Ser portavoz de los requerimientos, necesidades, ideas y solicitudes de la región.
- Elaborar planes de promoción y difusión turística
- Informe de ejecución, seguimiento y evaluación del plan de difusión y promoción turística
- Informes periódicos de la administración
- Coordinar con los municipios para la actualización de la folletería o material de difusión y promoción turística.
- Informa el horario de atención y lo expone en un lugar visible

Perfil de ingreso

- Título de tercer nivel en Administración de empresas afines al turismo
- Experiencia en administración mínimo dos años
- Capacidad para trabajar con grupos de personas
- Conocimiento de idiomas
- Conocimiento de buenas relaciones humanas.

- **Área Promoción y Difusión**

Se encargará de instrumentar mecanismos y políticas que permitan el fortalecimiento y consolidación de la imagen pública del Centro de interpretación Turística, así como difundir a través de los medios de comunicación los programas, actividades y resultados obtenidos en materia de turismo.

Funciones

- Coordinar y realizar la difusión y promoción de la oferta turística, estableciendo visitas promocionales del cantón
- Diseño y distribución del material impreso de promoción
- Coordinar la difusión de las actividades al interior del Centro de Interpretación Turística.

- **Área de Atención y Servicio al Cliente**

Se especializa en proveerle información sobre programas y servicios turísticos accesibles y adaptados (individuales o grupales) tanto a Personas con Movilidad o Comunicación Reducidas como así también a sus amigos y familiares. Destinos Nacionales e Internacionales que actualmente se encuentren en el mercado les serán informados para que pueda acceder a ellos.

Funciones

- Atender a los clientes de una manera profesional, con un énfasis en la calidad de servicio
- Estudiar la situación del cliente, confirmando la posibilidad de obtención del crédito solicitado
- Asegurar la venta de productos y servicios de la empresa
- Desarrollar una escucha activa y dar una argumentación adecuada para fidelizar a los clientes
- Proporcionar una imagen corporativa a los turistas, a través del diseño de esta oficina.
- Proporcionar un servicio de calidad a través de nuestro Recurso Humano.
- Brindar información turística necesaria y objetiva a los turistas.
- Atención personalizada y de primera calidad para los diferentes tipos de clientes que necesiten de esta dependencia

Personal para el área de Atención y Servicio al Cliente

El Informador Turístico – Perfil Profesional

El informador turístico es el profesional en el campo turístico o una carrera a fin, conocedor de la realidad económica, política, geográfica y social del Ecuador. Que presta atención personalizada al visitante en la Oficina de turismo y/o en el servicio de información en la calle, atención telefónica, suministro de información vía fax, correo y correo electrónico, distribución de materiales informativos y promocionales con la finalidad de lograr mayor difusión de la provincia de Chimborazo.

El mismo que estará en el derecho de distribuir material promocional de las actividades, servicios, festividades, ferias, atractivos, visitas de interés, eventos y cualquier actividad que se realice en la provincia de Chimborazo previo convenio con la oficina móvil, esta información será proporcionada de forma gratuita.

Perfil de ingreso

- Título de segundo o tercer nivel en la rama de Turismo.
- Experiencia mínimo 2 años
- Conocimiento de dos idiomas extranjeros
- Buena apariencia física
- Facilidad de palabra
- Responsabilidad laboral
- Relaciones Humanas
- Atender la oficina en el horario establecido
- Proponer y ejecutar, dentro de su ámbito y cuando corresponda, medidas tendientes a materializar acciones relacionadas con el turismo.

Guías nativos – Perfil profesional

Es una de las personas pertenecientes a grupos étnicos, aborígenes o campesinos del Ecuador y de la zona, que posee conocimiento sobre los valores culturales autóctonos, naturales, socio económicos de su hábitat.

Perfil de ingreso

- Experiencia mínimo dos años
- Licencia de guía nativo
- Certificado de capacitación por el Ministerio de Turismo
- Certificado de la comunidad en la que reside
- Facilidad de palabra
- Buena apariencia física
- Técnicas de atención al cliente.

6.19. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

El presupuesto para la implementación del Centro de Interpretación Turística está determinado en forma general, el mismo que se utilizará para la implementación del mismo, sus ambientes, sus características importantes y su entorno laboral con el material necesario para la publicidad y promoción del cantón Chambo.

TABLA N° 35

Presupuesto Total

DETALLE	CANTIDAD
Presupuesto operativo	6.000
Presupuesto administrativo	2.180
Presupuesto promocional	4.200
TOTAL	12.380

Elaboración: Sebastián Cevallos

6.19.1. Presupuesto Operativo

El presupuesto operativo nos va ayudar en forma directa ya que tiene que ver con la parte del requerimiento de materiales de producción, fabricación, muebles y enseres para el Centro de Interpretación Turística desde la producción misma hasta los gastos que conlleve ofertar el producto o servicio.

TABLA N° 36

Presupuesto Operativo

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	2	420	840
Sillas Reclinables	2	210	420
Sillas normales	9	50	450
Mueblería	1	800	800
Archivadores	3	195	585
Mesas de centro	3	85	255
Sala de espera	1	600	600
Computadora	1	1200	1200
Impresora	1	850	850
TOTAL			6.000

Elaboración: Sebastián Cevallos

6.19.2. Presupuesto Administrativo

El Presupuesto administrativo es requerido para contar con una diversidad en el factor humano para sus distintas unidades, buscando darle operatividad al sistema capaz de satisfacer los requerimientos del Centro de Interpretación Turística satisfaciendo las necesidades tanto del empleado como del trabajador

TABLA N° 37

Presupuesto Administrativo

DETALLE	CANTIDAD	SALARIO	VALOR TOTAL
Técnico turismo	1	900	900
Secretaria-Recepcionista	1	580	580
Guías	1	700	700
TOTAL			2.180

Elaboración: Sebastián Cevallos.

6.19.3. Presupuesto Promocional

El presupuesto promocional nos ayuda a cumplir con lo establecido según la promoción que requiere el Centro de Interpretación Turística y lo establecido para satisfacer las necesidades de información de los turistas nacionales y extranjeros. Una buena publicidad ayuda a la economía del sector y del país, genera fuentes de ingreso y reconocimiento turístico a nivel nacional e internacional

TABLA N° 38

Presupuesto Promocional

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Diseño de trípticos	1	150	150
Impresión de trípticos	1000	0,75	750
Maqueta de Interpretación de Atractivos	1	500	500
Proyector	2	200	400
Equipo de Computación	2	1200	2.400
TOTAL			4.200

Elaboración: Sebastián Cevallos

6.20. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.20.1. Criterios de Evaluación

Evaluar un proyecto de inversión es medir su valor económico, financiero o social a través de ciertas técnicas e indicadores de evaluación, con los cuales se determinan la alternativa viable y óptima de inversión, previo a la toma de decisiones respecto a la ejecución o no ejecución del proyecto.

Para el análisis se toma en cuenta tres variables básicas:

- Impacto o resultados
- Factibilidad
- Complemento del proyecto

Para definir la condición de los indicadores, se ha elaborado una escala de 1 a 5, con los siguientes valores de cada indicador:

1. Muy Bajo
2. Bajo
3. Moderado
4. Alto
5. Muy alto

CUADRO N° 1

MATRIZ DE VALORACIÓN DE PROYECTOS

CUADRO RESUMEN						
Organización						
Proyecto						
		ESCALA				
VARIABLE	INDICADORES	1	2	3	4	5
1. Impacto	a. Ambiental					
	b. Social					
	c. Organizacional					
2. Factibilidad	a. Técnica					
	b. Organizativa					
	c. Económica					
	d. Contextual					
3. Sinergia	e. Complementariedad					
RESUMEN						

Fuente: Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos, Álvarez 2012.

Elaboración: Sebastián Cevallos

CUADRO N° 2

RAZONES DE ANÁLISIS

VARIABLE	RAZONES (Resumen narrativo)
Impacto	
Factibilidad	
Sinergia	
Pros del proyecto	
Contras del proyecto	
Recomendaciones	

Fuente: Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos, Álvarez 2012.

Elaboración: Sebastián Cevallos

6.20.2. Impacto o Resultados Previstos

El impacto es sinónimo de resultado. Como impacto se entiende el potencial que tiene el proyecto para cambiar la realidad social, organizacional o ambiental, expresada como objetivos generales.

CUADRO N° 3

IMPACTO AMBIENTAL

N°	INDICADOR	ESCALA				
		1	2	3	4	5
1	Disminución o detención de proceso de deterioro					
2	Restauración o rehabilitación de ecosistema					
3	Aumento de cobertura boscosa incluyendo árboles frutales					
4	Aumento de área de producción sostenible					
5	Desarrollo de técnica de producción sostenible					
6	Incremento de conservación in-situ					
7	Incremento de conservación ex situ					
8	Acceso y transferencia tecnológica					
9	Desarrollo de conocimientos científicos					
10	Establecimiento de sistemas de producción sostenible					
11	Incremento de especies y/o población de flora y fauna					

12	Incremento de fertilidad del suelo					
13	Mejora belleza paisajística					
14	Incremento de tipos de cultivos					
15	Incremento de la productividad					
16	Incremento de producción					
17	Disminución de la erosión					
18	Combinación de métodos tradicionales con innovación					
19	Disminución de tala y caza en el bosque					
20	Se detiene o disminuye contaminación					
21	Desarrollo de biotecnología					
22	Cambio positivo en políticas o leyes					
23	Manejo de áreas protegidas (según indicadores de plan de manejo)					
24	Educación ambiental					
25	Otros (escríbalos)					
RESUMEN: Importancia del impacto del proyecto respecto a las condiciones ambientales. Enfoca el problema o condición ambiental que el proyecto contribuirá a solucionar, prevenir o promover						

Fuente: Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos, Álvarez 2012.

Elaboración: Sebastián Cevallos

CUADRO N° 4
IMPACTO SOCIAL

N°	INDICADOR	ESCALA				
		1	2	3	4	5
1	Número de beneficiarios directos					
2	Empleos fortalecidos o generados					
3	Aumento de la producción					
4	Aumento del ingreso familiar promedio anual					
5	Uso de materias primas nacionales					
6	Ahorro de divisas					
7	Generación de valor agregado					
8	Disminución de intermediarios					
9	Efecto demostrativo en la comunidad					
10	Incremento de la participación comunitaria					
11	Cambio positivo en valores, comportamientos y prácticas respecto al ambiente					
12	Mejoramiento en la satisfacción de necesidades familiares básicas de alimentación, salud, vivienda, educación, vestido, como supuesto del aumento de los empleos e ingresos.					
13	Incremento de autoestima					
14	Participación y beneficio de las mujeres					
15	Otros (escríbalos)					
RESUMEN: Relevancia del proyecto respecto al mejoramiento de las condiciones socio-económicas						

Fuente: Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos, Álvarez 2012.

Elaboración: Sebastián Cevallos

CUADRO N°5

IMPACTO ORGANIZACIONAL

N°	INDICADOR	ESCALA				
		1	2	3	4	5
1	Aumento de la capacidad administrativa					
2	Mejoramiento de la estructura organizacional					
3	Aumento de la eficiencia y/o la eficacia (productividad)					
4	Mejoramiento de la administración del cambio e innovación					
5	Mejoramiento de la situación financiera					
6	Aumento en el número de socios					
7	Mejoramiento de la capacidad de negociación de productos					
8	Incremento en la capacidad de intervención y/o gestión sobre la realidad ambiental, y de negociación en conflictos ambientales					
9	Incremento de la participación comunitaria en la organización					
10	Otros (escríbalos)					
RESUMEN: Relevancia del impacto del proyecto en el fortalecimiento de la organización						

Fuente: Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos, Álvarez 2012.

Elaboración: Sebastián Cevallos

6.20.3. Factibilidad

Se entiende la capacidad del proyecto para ejecutar el proyecto efectivamente y obtener el impacto previsto. La factibilidad integra una combinación de factores internos y externos del proyecto relacionados con los objetivos del proyecto y el contexto en el cual se desarrollará.

La factibilidad del proyecto se valora por medio de las siguientes variables:

- Factibilidad técnica
- Factibilidad organizativa
- Factibilidad financiera

CUADRO N° 6

FACTIBILIDAD TÉCNICA

N°	INDICADOR	ESCALA				
		1	2	3	4	5
1	Grado de validez del método de trabajo propuesto para cumplir con los objetivos.					
2	Grado de manejo del método de trabajo propuesto					
3	Grado de validez de la tecnología propuesta					
4	Suficiencia de la cantidad y calidad de los recursos humanos, materiales y económicos requeridos					
5	Convenio de asistencia técnica establecido					
6	Otros (escríbalos)					
RESUMEN: Grado de capacidad técnica del proyecto y /o los Beneficiarios						

Fuente: Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos, Álvarez 2012.

Elaboración: Sebastián Cevallos

**CUADRO N° 7
FACTIBILIDAD ORGANIZATIVA**

N°	INDICADOR	ESCALA				
		1	2	3	4	5
1	Relevancia de los logros obtenidos por el proyecto.					
2	Capacidad administrativa. Se refiere a la capacidad de los dirigentes, administrador y/o gerente para gestionar el proceso administrativo del proyecto en sus fases de: Planificación, integración del personal a sus funciones, Organización del trabajo, dirección de las actividades, monitoreo y evaluación de resultados y desempeño. La capacidad administrativa también se puede medir por medio de: generación de excedentes o utilidades, de información relevante, capacidad de negociación, manejo diversificación de productos.					
3	Participación comunitaria en el proceso de formulación, ejecución , distribución de beneficios y contribución en el proyecto					
4	División adecuada de funciones y responsabilidades					
5	Procedimientos contables y administrativos conforme a estándares reconocidos					
6	Experiencia del equipo de trabajo en planificación, formulación, ejecución y evaluación de proyectos ambientales y/o productivos					
7	Cohesión grupal					
8	Actitudes orientadas hacia el logro (responsabilidad, perseverancia, apoyo mutuo, contribución)					
9	Aporte de los socios y/o beneficiarios al proyecto					
10	Otros (escríbalos)					
RESUMEN: Capacidad para proponerse, ejecutar y obtener resultados en común.						

Fuente: Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos, Álvarez 2012.

Elaboración: Sebastián Cevallos

CUADRO N° 8

FACTIBILIDAD ECONÓMICA

N°	INDICADOR	ESCALA				
		1	2	3	4	5
1	Situación de balance de situación (activos, pasivos y patrimonio de el proyecto)					
2	Situación de estado de resultados (ingresos, egresos y saldo) durante el último año.					
3	Proyección de flujo de caja					
4	Aporte de los socios y/o beneficiarios al proyecto					
5	Aporte de otros al proyecto					
6	Suficiencia del conjunto de recursos (Organización y Otros) para financiar las actividades del proyecto					
7	Si el proyecto es de producción o servicios, proyección de: <ul style="list-style-type: none"> • Mercado de sus productos • Volumen de producción de un año de operación • Utilidades (ingresos menos costos totales) 					
8	Sostenibilidad del proyecto después de que finalice el financiamiento					
9	Capacidad de pago de créditos					
10	Otros (escríbalos)					
RESUMEN: Capacidad del proyecto ejecutora respecto a la disponibilidad de recursos de capital para su funcionamiento en general, para la ejecución del proyecto y para su continuidad.						

Fuente: Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos, Álvarez 2012.

Elaboración: Sebastián Cevallos

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES

- ✓ En relación con el diagnóstico turístico, Chambo es un cantón que puede desarrollar el turismo a nivel local, nacional e internacional, presenta atractivos naturales y culturales, actividad agrícola y ganadera con beneficios económicos para empresarios y obreros, posee desarrollo urbanístico moderno y brinda facilidades a los visitantes.
- ✓ En cuanto al diseño, el Centro de Interpretación Turística ofrecerá servicios de información, orientación y capacitación a visitantes nacionales y extranjeros, atenderá las necesidades específicas del sector turístico, tomando en cuenta la difusión y promoción de sus atractivos que se manifiesta en cada una de las áreas operacionales, la población beneficiada a más de los habitantes del Cantón Chambo.
- ✓ El Organigrama Estructural de la empresa, consta de varios departamentos dentro de los cuales se propone la contratación de personal idóneo para el desempeño adecuado del Centro de Información.

7.2. RECOMENDACIONES

- ✓ Involucrar a las personas del sector que tienen preparación turística para mejorar la atención al visitante y facilitar capacitaciones permanentes al personal que laborará en el centro para incentivar y optimizar su desempeño en el cargo.
- ✓ Se recomienda implementar el centro de interpretación turística siguiendo cada uno de los pasos que se tomaron en consideración para el diseño interpretativo, puesto que fueron elaborados en base a los requerimientos del Municipio del Cantón Chambo y de los turistas.
- ✓ Desarrollar adecuadas estrategias de publicidad de manera que el Centro de Interpretación Turística “Encanto Natural”, ingrese exitosamente en el segmento de mercado seleccionado y pueda darse a conocer tanto a nivel provincial como en el resto del país.
- ✓ La información recopilada en la presente investigación sirva como punto de partida para futuras investigaciones como propuesta de señalización turística en el cantón Chambo.
- ✓ Debe existir estabilidad laboral y el incentivo adecuado al personal que, labora en el Centro de Información de esta motivación dependerá la atención con calidad y calidez que se brinde al público.
- ✓ Es primordial gestionar el apoyo gubernamental a las instituciones del estado como el BNF (Banco Nacional de Fomento), Ministerio de Turismo, Concejo Provincial, etc. Para que brinden un apoyo técnico, o económico mediante la dotación de créditos para desarrollar empresas o microempresas en las comunidades.

BIBLIOGRAFÍA

- BUCHELI, Franklin y Otros . (2001). Manual de gestión ambiental, Ministerio del Ambiente . En F. y. BUCHELI, *Manual de gestión ambiental, Ministerio del Ambiente* . Mexico.
- Alvarez Roman J. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Riobamba.
- Bertonatti C. (2009). Los centros de visitantes y de interpretación. En C. Bertonatti, *Los centros de visitantes y de interpretación*.
- Capece G. (mayo de 2014). *Turismo Sostenible*.
- CORDOVA, Padilla Marcial. (2010). *Formulación y Elaboración de Proyectos*.
- DAWSON, 1999. (1999). Los Medios Interpretativos. En DAWSON, *Medios Interpretativos*.
- Doris Solis Carrion. (abril de 2014). *Desarrollo Turistico*.
- Flor Ma Diaz Perez. (mayo de 2014).
- Freeman Tilden . (1957). *Interpretacion Turistica*.
- Informador Turistico, Gerencia Regional Sierra centro del MIT - Riobamba. (abril de 2014). *INFORMADOR TURÍSTICO, Gerencia Regional Sierra centro del MIT - Riobamba*.
- Ministerio de Turismo . (13 de abril de 2014).
- Ministerio de Turismo. (mayo de 2014). *Inventario Turistico*.
- MORALES J. (2001). Planificacion. En J. MORALES, *Planificacion*.
- NEBEL, Bernard y Otros. (1999). Ciencias Ambientales Ecología y desarrollo sostenible. En B. y. NEBEL, *Ciencias Ambientales Ecología y desarrollo sostenible* (pág. 25). Mexico.
- Pearce J. (1991). Desarrollo Turistico. En P. J, *Desarrollo Turistico*.

LINCONGRAFÍA

- <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>
- <http://es.slideshare.net/diegosamueza/desarrollo-turistico>
- <http://www.franciscohuertas.com.ar/wp-content/uploads/2012/03/Diaz-Perez-Pol%C3%ADtica-Tur%C3%ADstica.pdf>
- <http://www.turismo.gob.ec/>
- <http://inventarioturisticolopez.blogspot.com/2012/12/inventario-turistico.html>
- <http://www.monografias.com/trabajos11/guiatur/guiatur.shtml>
- [www.http://gestiopolis.com.2009](http://www.gestiopolis.com.2009)
- [www.httl://analyrics.com/lyrics.2011](http://www.lyrics.com/lyrics.2011)
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/requisitosturísticos>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/informacionturistica>

ANEXOS

ANEXO N° 1

MODELO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

INSTRUCCIONES GENERALES

- a) Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso
- b) Marque con una x el paréntesis que indique su respuesta
- c) Sus criterios serán de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo, le agradecemos su colaboración.

1. Cuál es su género?

Masculino ()

Femenino ()

2. Cuál es su edad?

3. Cuál es su nivel de instrucción?

Primaria () Secundaria () Superior ()

4. Cuanto estaría usted dispuesto a pagar por los servicios que se brinden en el Cantón Chambo?

5 – 10 () 25 – 30 ()

15 – 20 () 35 – 40 ()

5. Según su preferencia que atractivos le gustaría conocer en el Cantón Chambo?

Atractivos Naturales ()

Atractivos Culturales ()

Deportes Extremos ()

6. Con qué frecuencia usted visita el Cantón Chambo?

Semanal ()

Mensual ()

Una vez al año ()

Nunca ()

7. Cuando usted visita el Cantón Chambo en compañía de quién lo hace

Solo ()

Su Familia ()

Su Pareja ()

Amigos ()

8. ¿Qué medios de comunicación utilizó para obtener información antes de realizar el viaje?

Internet ()

Guías o Revistas Turísticas ()

Amigos o Familiares ()

Avisos Publicitarios ()

9. Fue necesario acudir a algún tipo de información turística al realizar su visita al Cantón?

Si ()

No ()

10. Qué factores considera un impedimento para el desarrollo turístico en el Cantón Chambo?

Falta de difusión, promoción e información turística ()

Escasos productos y planta turística ()

Carencia de vías de acceso ()

Falta de seguridad y limpieza ()

Mala atención al turista ()

Otros _____

11. ¿Considera Ud. necesario que el GADM del cantón Chambo implemente un centro de Interpretación Turística?

Si es necesario ()

No es necesario ()

No sabe/ no opina ()

12. Qué servicios debería ofertar el Centro de Interpretación Turística en el Cantón Chambo para fomentar el turismo?

Capacitación ()

Rutas Turísticas ()

Medios Interpretativos ()

13. Dónde le gustaría que esté ubicado el Centro de Interpretación Turística

Parque Central ()

Junta Parroquial ()

MUCHAS GRACIAS

ANEXO N° 2



NATIONAL UNIVERSITY OF CHIMBORAZO SCHOOL OF TOURISM AND HOTEL MANAGEMENT

INSTRUCTIONS

1. Try to answer all questions
2. Mark with an X where the parentheses indicate your answer
3. Please print clearly the lines where necessary
4. Your criteria are very useful for the development of this work

Thanks you for your cooperation, to provide answer to these questions, the information you give will be treated with the utmost confidentiality

GENERAL INFORMATION

1. What is your gender?

1. Male () 2. Female ()

2. How old are you?

3. What is your educational level?

Primary () High () Superior ()

4. How often do you visit the city of Riobamba?

Monthly ()
Quarterly ()
Fortnightly ()
Never ()

5. How much would you be willing to pay for the services that are provided in this place?

5 – 10 () 25 – 30 ()
15 – 20 () 35 – 40 ()

6. Depending on your preference you like to meet him attractive in Canton Chambo?

Natural Attraction ()
Cultural Attraction ()
Extreme Sports ()

7. How often do you visit the Canton Chambo?

Weekly ()
Monthly ()
Once a year ()
Never ()

8. When you visit Canton Chambo you do it

- Alone ()
- With your Family ()
- With your partner ()
- With his friends ()

9. It was necessary to come to some sort of tourist information to make your visit to Canton ?

- Yes () No ()

10. What factors considered an impediment to tourism development in the Canton Chambo ?

- Lack of dissemination, promotion and tourist information ()
- Few products and tourist facilities ()
- Lack of access roads ()
- Lack of security and cleaning ()
- Poor Customer tourist ()
- other _____

11. Do you consider . GADM necessary for the Canton Chambo implement a Tourist Interpretation Center ?

- If necessary ()
- It is not necessary ()
- Do not know / no opinion ()

12. What services should offer the tourist information center in Canton Chambo to promote tourism?

Capacitación ()

Guides ()

Interpretive media ()

13. Where would you like this located the Tourist Interpretation Center?

Central Park ()

Town ()

THANK YOU

ANEXO N° 3

Tabla de Inventario de Atractivos

1. DATOS GENERALES	
1.1 FICHA N° 1.3 ENCUESTADOR: 1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: 1.5 CATEGORÍA: 1.6 TIPO: Río	1.2 FECHA: 1.8 SUBTIPO: Ribera
FOTOGRAFÍA ATRACTIVO Fotografía #. Fuente:	
2. UBICACIÓN	3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO
2.1 PROVINCIA: 2.2 CANTÓN: 2.3 COMUNIDAD: 2.4 LATITUD: 2.5 LONGITUD:	3.1 NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA: 3.2 NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA:
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 ALTITUD PLUVIOSIDAD (mm): TEMPERATURA (°C): 4.2 DESCRIPCIÓN:	
5. USOS E IMPACTOS	
5.1 Usos (Simbolismo) 5.1.1 Usos actual	5.1.2 Usos potenciales 5.1.3 Necesidades turísticas
5.2 Impactos 5.2.1 Impactos positivos 5.2.2 Impactos negativos	5.2.3 Mitigación de impactos
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	

1. DATOS GENERALES

1.1 FICHA N° 01 **1.2 FECHA:** 13-07-2015
1.3 ENCUESTADOR: Andrea Benavides y Sebastián Cevallos
1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: AGUAS TERMALES DE AGUALLANCHI
1.5 CATEGORÍA: Sitios Naturales
1.6 TIPO: Aguas Subterráneas **1.7 SUBTIPO:** Aguas Termales



Foto 1. Aguas Termales de Aguallanchi
Fuente: Andrea Benavides y Sebastián Cevallos

2. UBICACIÓN **3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO**

2.1 PROVINCIA: Chimborazo
2.2 CANTÓN: Chambo
2.3 PARROQUIA: Guayllabamba
2.4 LATITUD: 98°59'18''
2.5 LONGITUD: 77°34'85''

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Chambo
DISTANCIA: 10 Km
3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Riobamba
DISTANCIA: 18 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1 ALTITUD (msnm): 3241 **PLUVIOSIDAD** (mm):1200-1500 **TEMPERATURA** (°C): 7-12

4.2 DESCRIPCIÓN:

De acuerdo a los estudios realizados las aguas termales de Aguallanchi, mejor conocidas como de Guayllabamba, tienen origen volcánico, sus aguas son ricas en minerales, lo que le atribuye una gran propiedad curativa, son visitadas por turistas locales y provinciales, a su alrededor encontramos zonas de bosque primario, y aun costado de las aguas termales cruza el río Timbul. lo que hace de ello otra oportunidad para disfrutar de la naturaleza. Su infraestructura básica es indispensable para que los turistas se sientan cómodos. Cuenta con tres piscinas dos para adultos y una para niños.

5. USOS E IMPACTOS	
<p>5.1 Usos (Simbolismo)</p> <p>5.1.1 Usos actuales Fotografía, caminata, descanso y relajación en las aguas termales, observación del paisaje, flora y fauna.</p>	<p>5.1.2 Usos potenciales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear senderos y señalización. • Crear un centro de interpretación turística. <p>5.1.3 Necesidades turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación del espacio en cuanto a necesidades turísticas. • Señalización turística. • Promoción y difusión del atractivo.
<p>5.2 Impactos</p> <p>5.2.1 Impactos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingresos económicos para la población cercana al atractivo. • Dotación y mejora de servicios básicos para la comunidad. <p>5.2.2 Impactos negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perturbación a la flora y fauna. • Introducción de especies exóticas. • Compactación y erosión del suelo. • Contaminación por la presencia de basura debido a la actividad turística. • Contaminación del río por presencia de aguas servidas. 	<p>5.2.3 Mitigación de impactos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recuperación del entorno natural a través de construcciones alternativas (acordes al medio). • Dar mantenimiento periódico al lugar. • Ubicar rotulación adecuada para evitar el arroj de desperdicios. • Colocar basureros en lugares estratégicos. • Incentivar mediante charlas a los miembros de la comunidad sobre el cuidado y conservación del lugar.
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	
<p>6.1 ALTERADO 6.2 NO ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> 6.3 CONSERVADO 6.4 DETERIORADO</p> <p>6.5 EN PROCESO DE DETERIORO</p> <p>6.6 CAUSAS: Hay que mejorar la infraestructura y el mantenimiento del atractivo.</p>	
7. ESTADO DEL ENTORNO	
<p>7.1 CONSERVADO <input type="checkbox"/> 7.2 DETERIORAD <input type="checkbox"/> 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>7.4 CAUSAS: Falta de normas que regulen la visita al atractivo y la implementación de medidas de mitigación de impactos.</p>	

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPO- RALIDA D ACCESO DÍAS AL AÑO
		Bueno	Regular	Malo		Día	Sema- nal	Men- sual	Even- tual	
TERRESTRE	Asfalto	X			Bus	X				365
	Lastrado				Automóvil	X				
	Empedrado				4X4	X				
	Sendero				Tren					

Observaciones:

Casi en su totalidad a excepción de 100 metros la carretera está en buen estado.

9. FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Estable	Plazas								
Alojamiento										
Alimentación										
Esparcimiento										

Otros: En los exteriores del atractivo, existen pequeños puestos de comida, pero falta un poco más de control sanitario.

10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

10.1 AGUA

Potable Entubada Tratada De pozo No existe Otros.....

10.2 ENERGÍA ELÉCTRICA

Sist. Interconectado Generador No existe Otros.....

10.3 ALCANTARILLADO

Red pública Pozo ciego Pozo séptico No existe Otros.....

11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Iglesia Matriz 12 Km

12. POSICIONAMIENTO:

Local.....
 Provincial.....
 Nacional.....
 Internacional.....

13. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	6
	d) Estado de conservación y/o Organización.	6
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	3
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		44

14. JERARQUIZACIÓN: II

1. DATOS GENERALES

1.1 FICHA N° 02

1.2 FECHA: 14-07-2015

1.3 ENCUESTADOR: Andrea Benavides y Sebastián Cevallos

1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: LAGUNAS DE ROCÓN

1.5 CATEGORÍA: Sitio Natural

1.6 TIPO: Ambiente Lacustre

1.7 SUBTIPO: Laguna



Foto 2. Lagunas de Rocón
Fuente: Municipio de Chambo

2. UBICACIÓN

2.1 PROVINCIA: Chimborazo

2.2 CANTÓN: Chambo

2.3 COMUNIDAD: San Miguel de Guaructús

2.4 LATITUD: 98°64'06''

2.5 LONGITUD: 77°20'05''

3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Chambo
DISTANCIA: 7 Km

3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Riobamba
DISTANCIA: 16 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1 ALTITUD (msnm):3148 **PLUVIOSIDAD (mm):**750-1000 **TEMPERATURA (°C):** 12-13

4.2 DESCRIPCIÓN:

Los potreros colindantes gracias a su escorrentía ayudan a su formación, se halla situada en una hondonada, su diámetro es cercano a 1 kilómetro, otro atractivo complementario es sin duda el bosque primario que se halla en la ladera.

5. USOS E IMPACTOS	
<p>5.1 Usos (Simbolismo)</p> <p>5.1.1 Usos actuales Caminata, camping, fotografía, observación del paisaje, flora y fauna.</p>	<p>5.1.2 Usos potenciales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear un centro de servicios turísticos y esparcimiento. • Crear senderos y señalización. • Crear un centro de interpretación turística. • Implementación de un sistema de botes para navegar en sus aguas. <p>5.1.3 Necesidades turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación del espacio en cuanto a necesidades turísticas. • Señalización turística. • Promoción y difusión del atractivo.
<p>5.2 Impactos</p> <p>5.2.1 Impactos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingresos económicos para la población cercana al atractivo. • Dotación y mejora de servicios básicos para la comunidad. <p>5.2.2 Impactos negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perturbación a la flora y fauna. • Introducción de especies exóticas. • Compactación y erosión del suelo. • Contaminación por la presencia de basura debido a la actividad turística. • Extinción de las especies de peces existentes. 	<p>5.2.3 Mitigación de impactos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dar mantenimiento periódico al sendero existente y hacerlo interpretativo. • Ubicar rotulación adecuada para evitar el arroj de desperdicios. • Colocar basureros en lugares estratégicos. • Incentivar mediante charlas a los miembros de la comunidad sobre el cuidado y conservación del lugar.
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	
<p>6.1 ALTERADO 6.2 NO ALTERADO 6.3 CONSERVADO 6.4 DETERIORADO</p> <p>6.5 EN PROCESO DE DETERIORO 6.6 CAUSAS:</p>	
7. ESTADO DEL ENTORNO	
<p>7.1 CONSERVA 7.2 DETERIORADO 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO</p> <p>7.4 CAUSAS: Las malas prácticas agrícolas han provocado la disminución de la diversidad acuática</p>	

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		Bueno	Regular	Malo		Día	Semam	Men	Even	
TERRESTRE	Asfalto				Bus					DÍAS AL AÑO
	Lastrado		X		Automóvil					
	Empedrado				4X4				X	Verano
	Sendero			X	Tren					

Observaciones: La actividad turística no es frecuente debido a que el último tramo desde San Miguel de Guaractus es inaccesible en vehículo, pues la vía que existe está destruida y representa un kilómetro y medio de pendiente de 40°.

9. FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Estable	Plazas								
Alojamiento									1	15
Alimentación										
Esparcimiento										

Otros: Es mínima la prestación de servicios en la zona. Pero se prestan servicios de guianza y alimentación

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:

Santuario de Catequilla 5 Km

12. POSICIONAMIENTO:

Local.....
 Provincial.....
 Nacional.....
 Internacional.....

13. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	6
	d) Estado de conservación y/o Organización.	5
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		36
14. JERARQUIZACIÓN: II		

1. DATOS GENERALES

1.1 FICHA N° 03

1.2 FECHA: 19-07-2015

1.3 ENCUESTADOR: Andrea Benavides y Sebastián Cevallos

1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO: BOSQUE PRIMARIO LEONÁN DE LLUCUD

1.5 CATEGORÍA: Sitio Natural

1.6 TIPO: Bosque

1.8 SUBTIPO: Páramo



Foto 3. Bosque primario Leonán de Llucud
Fuente: Municipio de Chambo

2. UBICACIÓN

2.1 PROVINCIA: Chimborazo

2.2 CANTÓN: Chambo

2.3 PARROQUIA: Comunidad de Llucud

2.4 LATITUD: 98°90'67''

2.5 LONGITUD: 77°34'40''

3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Chambo
DISTANCIA: 15 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1 ALTITUD(msnm):3000 **PLUVIOSIDAD (mm):**1000-2000 **TEMPERATURA (°C):** 12-18

4.2 DESCRIPCIÓN:

El bosque primario Leonán de Llucud, posee un mirador natural, desde donde se puede observar las cabeceras cantonales de Chambo, Guano y Riobamba, desplegando una vista espectacular. Cuenta con aproximadamente unas 67 hectáreas de extensión, pertenecientes a la Asociación de Productores Agrícolas de la comunidad. Existen senderos en el bosque, que permite visitar los rincones de este atractivo y realizar un sin número de actividades.

5. USOS E IMPACTOS	
<p>5.1 Usos (Simbolismo)</p> <p>5.1.1 Usos actuales Fotografía, camping, caminatas, cabalgatas, observación del paisaje, flora y fauna especialmente aves, giras de investigación.</p>	<p>5.1.2 Usos potenciales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear un centro de servicios turísticos y esparcimiento. • Crear senderos y señalización. • Crear un centro de interpretación turística. <p>5.1.3 Necesidades turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación del espacio en cuanto a necesidades turísticas. • Señalización turística. • Promoción y difusión del atractivo.
<p>5.2 Impactos</p> <p>5.2.1 Impactos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingresos económicos para la población cercana al atractivo. • Dotación y mejora de servicios básicos para la comunidad. <p>5.2.2 Impactos negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perturbación a la flora y fauna. • Introducción de especies exóticas. • Compactación y erosión del suelo. • Contaminación por la presencia de basura debido a la actividad turística. 	<p>5.2.3 Mitigación de impactos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dar mantenimiento periódico a la zona y hacerla interpretativa. • Ubicar rotulación adecuada para evitar el arrojado de desperdicios. • Colocar basureros en sectores estratégicos. • Incentivar mediante charlas a los miembros de la comunidad sobre el cuidado y conservación del lugar.
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	
<p>6.1 ALTERADO <input type="checkbox"/> 6.2 NO ALTERADO <input type="checkbox"/> 6.3 CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> 6.4 DETERIORADO <input type="checkbox"/></p> <p>6.5 EN PROCESO DE DETERIO <input type="checkbox"/></p> <p>6.6 CAUSAS: Gracias a la preocupación de la comunidad se han adoptado medidas para su conservación</p>	
7. ESTADO DEL ENTORNO	
<p>7.1 CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> 7.2 DETERIORADO <input type="checkbox"/> 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>7.4 CAUSAS: Pobladores organizados, conciencia sobre el buen manejo y uso de los recursos naturales.</p>	

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		Bueno	Regular	Malo		Día	Semana	Men	Even	
TERRESTRE	Asfalto				Bus					DÍAS AL AÑO
	Lastrado		X		Automóvil	X				
	Empedrado				4X4	X				Verano
	Sendero				Tren					

Observaciones:

Por la mañana, la comunidad posee guías nativos para las visitas y recorrido. No existe una frecuencia de transporte diaria.

9. FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Estable	Plazas								
Alojamiento										
Alimentación										
Esparcimiento										

Otros: Es mínima la prestación de servicios en la zona. Pero se prestan servicios de guianza y alimentación

10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

10.1 AGUA

Potable Entubada Tratada De pozo No existe Otros.....

10.2 ENERGÍA ELÉCTRICA

Sist. Interconectado Generador No existe Otros.....

10.3 ALCANTARILLADO

Red pública Pozo ciego Pozo séptico No existe Otros.....

11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Iglesia Matriz 9Km
Santuario de Catequilla
12 Km

12. POSICIONAMIENTO:

Local.....
Provincial.....
Nacional.....
Internacional.....

13. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	6
	d) Estado de conservación y/o Organización.	7
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	3
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		44

14. JERARQUIZACIÓN: II

1. DATOS GENERALES**1.1 FICHA N° 04****1.2 FECHA:** 22-07-2015**1.3 ENCUESTADOR:** Andrea Benavides y Sebastián Cevallos**1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO:** LOS CUBILLINES**1.5 CATEGORÍA:** Sitios Naturales**1.6 TIPO:** Montaña**1.8 SUBTIPO:** Alta Montaña

Foto 4. Los Cubillines
Fuente: Municipio de Chambo

2. UBICACIÓN

2.1 PROVINCIA: Chimborazo
2.2 CANTÓN: Chambo
2.3 PARROQUIA: Comunidad Cubillines
2.4 LATITUD: 98°62'62''
2.5 LONGITUD: 78°23'11''

3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Chambo
DISTANCIA: 14 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1 ALTITUD (msnm): 4730 **PLUVIOSIDAD** (mm): 1500-1750 **TEMPERATURA** (°C): 2-7

4.2 DESCRIPCIÓN:

Son un conjunto de cumbres que según los habitantes de la zona, están llenas de misterio. Su pendiente es suave por lo que no implica mayor riesgo para quienes gustan del deporte y turismo de montaña. Están ubicadas al este del cantón, la zona de vida es páramo pluvial subalpino. Los Cubillines forman parte del Parque Nacional Sangay y en temporadas frías su clima se convierte en nival o gélido en su cumbre.

5. USOS E IMPACTOS	
<p>5.1 Usos (Simbolismo)</p> <p>5.1.1 Usos actuales Fotografía, caminata, observación del paisaje flora y fauna, camping y andinismo.</p>	<p>5.1.2 Usos potenciales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear un centro de servicios turísticos y esparcimiento. • Crear senderos y señalización. • Crear un centro de interpretación turística. <p>5.1.3 Necesidades turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación del espacio en cuanto a necesidades turísticas. • Señalización turística.
<p>5.2 Impactos</p> <p>5.2.1 Impactos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingresos económicos para la población cercana al atractivo. • Dotación y mejora de servicios básicos para la comunidad. <p>5.2.2 Impactos negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perturbación a la flora y fauna. • Introducción de especies exóticas. • Compactación y erosión del suelo. • Deshielo de sus cumbres. • Quema de pajonales en pequeña escala • Contaminación por la presencia de basura debido a la actividad turística. 	<p>5.2.3 Mitigación de impactos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dar mantenimiento periódico a la zona y hacerla interpretativa. • Ubicar rotulación adecuada para evitar el arroj de desperdicios. • Colocar basureros a lo largo del sector. • Incentivar mediante charlas a los miembros de la comunidad sobre el cuidado y conservación del lugar.
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	
<p>6.1 ALTERADO <input type="checkbox"/> 6.2 NO ALTERA <input type="checkbox"/> 6.3 CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> 6.4 DETERIORADO <input type="checkbox"/> 6.5 EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p>	
7. ESTADO DEL ENTORNO	
<p>7.1 CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> 7.2 DETERIORADO <input type="checkbox"/> 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>7.4 CAUSAS: Algunos tramos de ascenso se encuentran en mal estado, y en las condiciones climáticas variables por lo que se vuelven lodosos.</p>	

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPO- RALIDA D ACCESO
		Bueno	Regular	Malo		Día	Sema- nal	Men- sual	Even- tual	
TERRESTRE	Asfalto				Bus					DÍAS AL AÑO
	Lastrado	X			Automóvil					
	Empedrado				4X4				X	En verano
	Sendero	X			Tren					

Observaciones:

Casi en su totalidad a excepción de 100 metros la carretera está en buen estado.

9. FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Estable	Plazas								
Alojamiento										
Alimentación										
Esparcimiento										

Otros:

10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

10.1 AGUA

Potable Entubada Tratada De pozo No existe Otros.....

10.2 ENERGÍA ELÉCTRICA

Sist. Interconectado Generador No existe Otros.....

10.3 ALCANTARILLADO

Red pública Pozo ciego Pozo séptico No existe Otros.....

11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Iglesia Matriz 12 Km

12. POSICIONAMIENTO:

Local.....
 Provincial.....
 Nacional.....
 Internacional.....

13. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	8
	d) Estado de conservación y/o Organización.	7
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	3
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		44

14. JERARQUIZACIÓN: II

<p>NOMBRE DEL ATRACTIVO</p> <p><i>La Iglesia Matriz</i></p>	
<p>UBICACIÓN</p>	<p>En el centro del cantón Chambo provincia de Chimborazo.</p>
<p>CATEGORÍA</p>	<p>Sitio cultural</p>
<p>TIPO</p>	<p>Bienes inmuebles</p>
<p>SUBTIPO</p>	<p>Arquitectura Religioso</p>
<p>CENTROCERCANO</p>	<p>Municipio de chambo</p>
<p>VIA DE ACCESO</p>	<p>La ruta Riobamba – Chambo</p>
<p>CARACTERÍSTICAS RELEVANTES</p> <p>El Cantón Chambo, es un pueblo católico, y la mejor muestra es su iglesia matriz, fue construido desde 1890 hasta 1920, de arquitectura gótica hacia el interior, a diferencia de sus pilares y ventanales que son de estilo neoclásico, está dividida en tres naves, con retablos de tendencia barroca tallados finamente con imágenes de santos San Juan Evangelista es el patrono del cantón, posee la iglesia cuatro campanas, dos grandes y dos medianas en la parte posterior de la iglesia se halla una capilla pequeña .</p>	
<p>RECOMENDACIONES</p> <p>Es importante reconocer todos los templos religiosos y este templo tiene un significado muy especial para los chambeños, así que se puede tener en cuenta como atractivo del cantón, además es una capilla que acoge a todos los visitantes.</p>	

<p>NOMBRE DEL ATRACTIVO</p> <p><i>Santuario de nuestra señora de la fuente del Carmelo de Catequilla</i></p>	
<p>UBICACIÓN</p>	<p>A 2km del centro de Chambo provincia de Chimborazo.</p>
<p>CATEGORÍA</p>	<p>Sitio cultural</p>
<p>TIPO</p>	<p>Bienes inmuebles</p>
<p>SUBTIPO</p>	<p>Arquitectura Religioso</p>
<p>CLIMA</p>	<p>Cálido</p>
<p>TEMPERATURA</p>	<p>Promedio 14 °c</p>
<p>CENTRO MAS CERCANO</p>	<p>Centro de Chambo</p>
<p>VIA DE ACCESO</p>	<p>La ruta Chambo – Complejo la Pampa</p>
<p>CARACTERÍSTICAS RELEVANTES</p> <p>Con su patrona la Virgen del Carmen, fue construida en su honor, la imagen, cuentan que apareció en dibujada en una roca, es común y adoptada como tradición las romerías que se realizan a este santuario, desde diversos puntos geográficos del país, los fieles dan cuenta de un sin número de milagros por lo que se hacen presentes con placas de agradecimiento y limosnas. Consta de dos pisos, el primero es utilizado como una especie de catacumbas y el superior es donde se halla la imagen de la Virgen del Carmelo en una piedra de aproximadamente 2 metros. Las actividades que se pueden realizar son: fotografía, acompañado de los actos litúrgicos por las festividades que son el 16 de Julio, aquí se puede disfrutar de juegos populares, verbenas, caminatas y romerías.</p>	
<p>RECOMENDACIONES</p> <p>Realizar mantenimiento preventivo para evitar su deterioro y así podrá conservarse por muchos años más en su estado original.</p>	

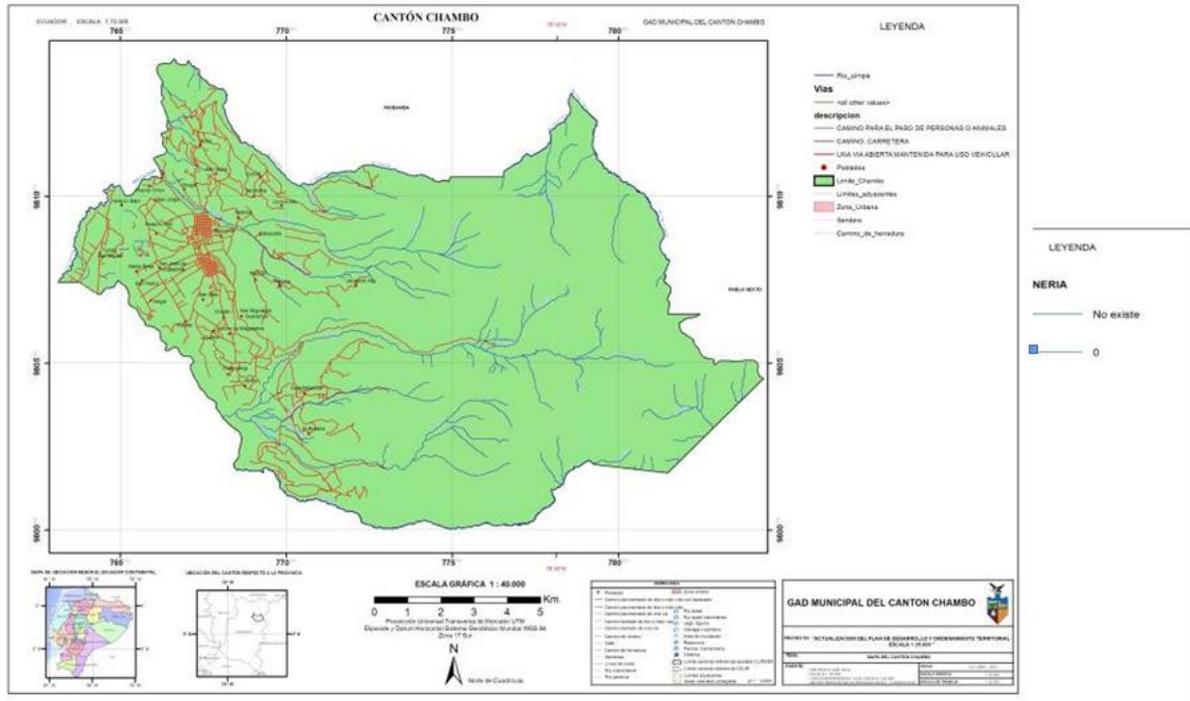
NOMBRE DEL ATRACTIVO <i>La Pampa</i>		
UBICACIÓN	A 21/2 km del centro de Chambo provincia de Chimborazo.	
CATEGORÍA	Sitio cultural y natural	
TIPO	Bienes inmuebles	
SUBTIPO	Servicios	
CLIMA	Cálido	
TEMPERATURA	Promedio 14 °c	
CENTRO MAS CERCANO	La Iglesia de Catequillas	
VIA DE ACCESO	Vía al santuario de la virgen del Carmen	
<p>CARACTERÍSTICAS RELEVANTES</p> <p>La Pampa, es un campo de diversiones, es un sitio único y natural, ubicado a 21/2km. del cantón, vía al Santuario de la Virgen del Carmen más conocido como Catequilla, su arquitectura es rústica, manteniendo una armonía con la naturaleza.</p> <p>Aguas Termales de Aguallanchi, se encuentra 12k del cantón en el sector de San Francisco de Chambo, son fuentes naturales que las encontramos en las faldas de la Cordillera Oriental. Está rodeada de la naturaleza, cuenta con tres piscinas. Además es un lugar apreciado para observar aves y la naturaleza.</p>		
<p>RECOMENDACIONES</p> <p>Mejorar sus instalaciones, y rutas de acceso a este centro turístico.</p>		

<p>NOMBRE DEL ATRACTIVO</p> <p><i>El Vergel</i></p>	
UBICACIÓN	El Vergel, que se encuentra a 3km. del cantón.
CATEGORÍA	Sitio cultural
TIPO	Bienes inmuebles
SUBTIPO	Servicios
CLIMA	Cálido
TEMPERATURA	14°C
CENTRO MAS CERCANO	Centro del Cantón
VIA DE ACCESO	Vía el Vergel a 5m de Chambo
<p>CARACTERÍSTICAS RELEVANTES</p> <p>Se encuentra ubicado en medio de un paisaje impresionante. Le acompaña el rumor del río y el viento que se mece en sus árboles. Cuenta con espacios verdes, canchas deportivas, comidas y bebidas típicas, paseos a caballo, caminatas entre árboles de eucalipto y pinos, hurtos frutales, salas de recepciones, espacio para carpas y fogatas, sala de baile, entre otras.</p>	
<p>RECOMENDACIONES</p> <p>Mantener estos lugares en buen estado para que sea agradable la estancia en este lugar.</p>	

<p>NOMBRE DEL ATRACTIVO</p> <p><i>Guayllabamba</i></p>	
UBICACIÓN	Están ubicadas a 12 km. de Chambo.
CATEGORÍA	Sitio cultural
TIPO	Bienes inmuebles
SUBTIPO	Servicios
CLIMA	Cálido
TEMPERATURA	14°C
CENTRO MAS CERCANO	Centro del Cantón
VIA DE ACCESO	Vía la comunidad San Francisco
<p>CARACTERÍSTICAS RELEVANTES</p> <p>Se encuentra entre los límites de la Comunidad de Guayllabamba y San Francisco a una altitud de 3.240 msnm, de acuerdo a estudios realizados son fuentes de aguas termales de origen volcánico ricas en minerales como sulfuro lo que les atribuye propiedades curativas. A su alrededor encontramos zonas de bosque primario con abundante vegetación, y el río Timbul que cruza a un costado de las fuentes termales que constan de 3 piscinas, dos para adultos y una para niños, alojamiento, comida tradicionales y paseos a caballo. Las actividades que se pueden realizar son: fotografía, caminata, natación, observación de flora y fauna</p>	
<p>RECOMENDACIONES</p> <p>Se recomienda realizar una promoción adecuada para que el centro recreacional tenga una mayor acogida, ya que es un excelente lugar para que los turistas puedan disfrutar.</p>	

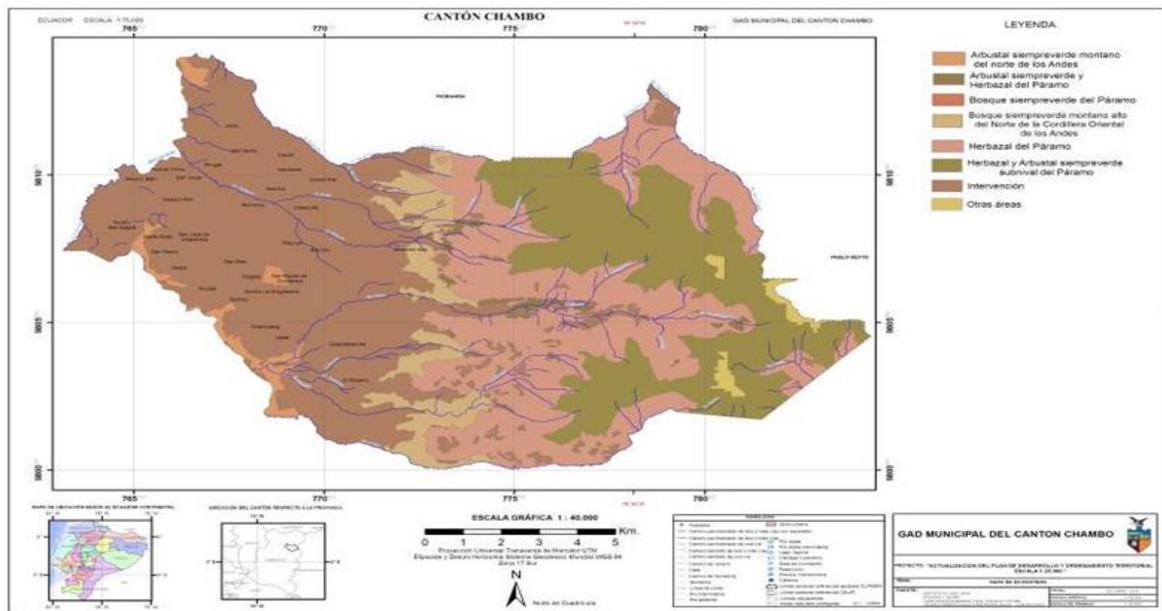
ANEXO N°4

MAPA DEL CANTON CHAMBO



ANEXO N° 5

MAPA DE ECOSISTEMAS Principales Recursos naturales bajo presión o degradados



ANEXO N° 6

Principales Recursos naturales bajo presión o degradados.

Recurso	Descripción del recurso bajo presión (Nombre Común)	Nombre Científico	Causa de degradación
Flora	Cebolla Blanca	Allium cepa.	Contaminación del suelo por el hongo Botrytis.
Fauna	Ave llamada Giragchuro	Pheucticuschrysogaster.	Caza indiscriminada, envenenamiento en los invernaderos.
Agua	Microcuenca del río Ulpán		Deforestación, sobre pastoreo.
Suelo	Suelo agrícola	Capa arable, sustrato.	Utilizan el suelo para fabricar ladrillos.

Fuente: Encuesta realizada una muestra de los pobladores de los sectores rurales y urbanos del cantón. Octubre 2014.

ANEXO N° 7

Ubicación referencial de especies o recursos en peligro.

Recurso	Ubicación Geográfica.		Observación.
	Coordenadas X	Coordenadas Y	
Flora	768639	980983	Ubicación del sector donde el cultivo de cebolla blanca ya no se desarrolla.
	769607	9810152	
	768595	9811132	
	766776	9810423	
	766432	9810884	

Fauna	767753	9811208	Bosque primario ubicado en la comunidad de Llucud donde habitaba esta especie de ave
	767391	9812173	
	766394	9811964	
Agua	768471	9803537	Recorrido de la quebrada de Ulpán donde está afectada.
	769241	9803902	
	769443	9804465	
Suelo	Ubicadas en todo el cantón.		Ladrilleras distribuidas tanto en el sector urbano como rural.

Fuente: Dirección de Planificación GADM Chambo. 2014.

ANEXO N° 8

Descripción de impactos y nivel de contaminación en el entorno ambiental.

Ecosistema	Extensión	Prioridad de conservación
Subcuenca alta del Rio Blanco	4944.50 has.	Alta
Bosque Húmedo Montano Alto (Bosque Primario Leonán de Llucud)	62 has.	Alta

Fuente: SENPLADES, Proyecto “GENERACIÓN DE GEOINFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN DEL TERRITORIO A NIVEL NACIONAL ESCALA. 1: 25.000”. 2012.

ANEXO N° 9

Patrimonio Material – Histórico

INSTITUCIÓN	TIPO DE PATRIMONIO TANGIBLE	LOCALIZACION	INSTITUCIÓN	TIPO DE PATRIMONIO INTANGIBLE	LOCALIZACION
INPC	Iglesia Matriz Cantón Chambo.	Centro de Chambo	GADMCH. y organizaciones religiosas	Fiestas religiosas: Los Diablitos. , Los Reyes Magos., Jubileo de las 40 horas., Pase del Niño., Misa de Gallo	Centro urbano
INPC	Parque Central	Centro de Chambo	Barrios y comunidades	Culturales: Carnavales de Chambo	Centro urbano
INPC-GADMCH.	Cementerio municipal	Centro de Chambo	GADMCH. Instituciones educativas, barriales, comunitarias, clubes sociales y deportivos, cooperativas de transporte, artesanos.	Fechas históricas: Aniversario de Cantonización	Centro urbano y rural
GADMCH MINISTERIO DE TURISMO MINISTERIO DEL AMBIENTE	Patrimonio natural: Laguna de Rocon., Nevado los Cubillines, Bosque Primario Llucud, Santuario de Catequilla, Aguas Termales Aguallanchi.	zona rural del cantón	Personas de la tercera edad	Leyendas:, De la laguna de Rocon., Chusalongo., El duende., Loca viuda	Centro urbano y rural
			Personas particulares.	Medicina tradicional y ancestral.	Centro urbano y rural.
			Personas particulares.	Gastronomía: papas con cuy y chicha de jora.	Centro urbano y rural.

Fuente: Dirección de Planificación GADM Chambo. 2014.

ANEXO N° 10



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE CHAMBO
DIRECCIÓN DE PLANIFICACION

CHAMBO - ECUADOR

CERTIFICACION

La dirección de Planificación a través de la Unidad de Turismo Educación y Cultura, tiene a Bien CERTIFICAR: que la **Sr. JUAN SEBASTIAN CEVALLOS MONTALVO** con número de cedula 0603950973 egresado de la Facultad de ingeniería Escuela de Gestión Turística y Hotelera de la Universidad Nacional de Chimborazo , realizó el tema de Investigación de trabajo de fin de carrera Tema: **ESTUDIO PARA LA IMPLEMENTACION DE UN CENTRO DE INTERPRETACION TURISTICA PARA EL DESARROLLO TURISTICO DEL CANTON CHAMBO PROVINCIA DE CHIMBORAZO** , con el aporte técnico y de apoyo de dicha dependencia.

Particular que comunico para los fines consiguientes.

Chambo, julio del 2015

Atentamente

Arg. Ramiro F. Orma T.

DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN



FOTO N° 1 GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN CHAMBO



Elaborado Por: Sebastián Cevallos

FOTO N° 2 IGLESIA MATRIZ



Elaborado Por: Sebastián Cevallos.

FOTO N° 3 SANTUARIO DE NUESTRA SEÑORA DE LA FUENTE DEL CARMELO DE CATEQUILLA



Elaborado Por: Sebastián Cevallos.



FOTO N°4 SANTUARIO DE LA VIRGEN DEL CARMELO

Elaborado Por: Sebastián Cevallos.

FOTO N° 5 LA CAPILLA DEL NIÑO



Elaborado Por: Sebastián Cevallos.

FOTO N° 6 AGUAS TERMALES DE AGUALLANCHI



Elaborado Por: Sebastián Cevallos.

FOTO N°7 NEVADO LOS CUBILLINES



Elaborado Por: Sebastián Cevallos.

FOTO N° 8 NEVADOS DE LOS QUILIMAS



Elaborado Por: Sebastián Cevallos.

FOTO N° 9 BOSQUE PRIMARIO DE LLUCUD



Elaborado Por: Sebastián Cevallos.

FOTO N° 10 CASCADA DE CURIPACCHA



Elaborado Por: Sebastián Cevallos.

FOTO N°11 LAGUNAS DE ROCON



Elaborado Por: Sebastián Cevallos.

FOTO N° 12 LA PAMPA



Elaborado Por: Sebastián Cevallos.

FOTO N° 13 HOSTERIA EL VERGEL



Elaborado Por: Sebastián Cevallos.

FOTO N° 14 RANCHO WILLYS



Elaborado Por: Sebastián Cevallos.

FOTO N°15 MONUMENTO DE ACHAMBA



Elaborado Por: Sebastián Cevallos

FOTO N° 16 COLLAGE DE CHAMBO



Elaborado Por: Sebastián Cevallos..