

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN EL CANTÓN GUANO
PROVINCIA DE CHIMBORAZO

FRANCISCO FABÍAN ORDÓÑEZ PAREDES

TESIS

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL
TÍTULO DE INGENIERO EN ECOTURISMO**



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

RIOBAMBA – ECUADOR

2010

CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado: **“DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN EL CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, de responsabilidad del Señor Egresado **Francisco Fabián Ordóñez Paredes**, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TESIS:

Ing. Patricia Tierra.

DIRECTORA

Ing. Luis Quevedo.

MIEMBRO

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

Riobamba, Junio de 2010

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de manera especial a mis padres, quienes a través de su confianza y apoyo supieron guiarme por el camino del esfuerzo y la perseverancia; a mis hermanos, sobrinos, familiares y amigos que supieron alentarme en los buenos y malos momentos, dedico además este trabajo a mis profesores, quienes con sus conocimientos, amistad y tolerancia me supieron brindar sabiduría y deseo de superación, para enfrentar los retos que lleva el transcurso a ser un hombre de bien.

AGRADECIMIENTO

Dejo constancia de mis más sinceros y profundos agradecimientos de gratitud, primeramente a Dios, además a todos mis profesores, amigos politécnicos, a la Ilustre Municipalidad del Cantón Guano, personas quienes de una u otra manera enrumbaron aquellas inquietudes y anhelos de ser profesional, todos ellos fueron guía y apoyo por los senderos de la superación, tratando de convertirnos en seres útiles para la sociedad.

TABLA DE CONTENIDO

I.	DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN EL CANTÓN GUANO PROVINCIA DE CHIMBORAZO	
II.	INTRODUCCIÓN.....	1
A.	JUSTIFICACIÓN.....	2
B.	OBJETIVOS.....	4
C.	HIPÓTESIS.....	4
III.	REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	5
A.	TURISMO	5
B.	ESTUDIO DE MERCADO.....	13
C.	PRODUCTO TURÍSTICO.....	19
D.	RUTAS Y PAQUETES TURÍSTICOS.....	24
E.	PUBLICIDAD.....	28
IV.	MATERIALES Y MÉTODOS.....	30
A.	CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR.....	30
B.	MATERIALES Y EQUIPOS.....	31
C.	METODOLOGÍA.....	32
V.	RESULTADOS.....	40
A.	DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL CANTÓN GUANO.....	40
B.	ESTUDIO DE MERCADO.....	88
C.	DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO.....	138
D.	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN Y PUBLICIDAD.....	160

VI.	CONCLUSIONES.....	163
VII.	RECOMENDACIONES.....	164
VIII	RESUMEN.....	165
IX.	SUMARY.....	166
X.	BIBLIOGRAFÍA.....	167
XI.	ANEXOS.....	170

LISTA DE CUADROS

NUMERO	NOMBRE	PÁGINA
Cuadro No 1	Zonas altitudinales de producción por parroquia del Cantón Guano.....	42
Cuadro No 2	Orografía del Cantón Guano y sus parroquias.....	43
Cuadro No 3	Tipos de suelo por parroquia de acuerdo a la zona geográfica..	44
Cuadro No 4	Población económicamente activa.....	46
Cuadro No 5	Estructura del sistema educativo.....	47
Cuadro No 6	Nivel de instrucción de la población en el cantón Guano.....	47
Cuadro No 7	Cabezas de especies pecuarias a nivel del cantón Guano	50
Cuadro No 8	Tipos de migración.....	50
Cuadro No 9	Locales comerciales y artesanales del cantón Guano.....	53
Cuadro No 10	Instituciones públicas presentes en el cantón Guano.....	55
Cuadro No 11	Organizaciones privadas presentes en el cantón Guano.....	56
Cuadro No 12	Flora representativa del cantón Guano.....	59
Cuadro No 13	Fauna representativa del cantón Guano.....	60
Cuadro No 14	Avifauna representativa del cantón Guano.....	61
Cuadro No 15	Inventario de los atractivos culturales y naturales del cantón Guano.....	63
Cuadro No 16	Red vial del cantón Guano.....	66
Cuadro No 17	Cooperativas de transporte.....	68
Cuadro No 18	Abastecimiento de agua en el cantón Guano.....	70
Cuadro No 19	Eliminación de aguas servidas en el cantón Guano.....	71
Cuadro No 20	Servicio eléctrico en el cantón Guano.....	72
Cuadro No 21	Lugares de hospedaje del cantón Guano.....	75
Cuadro No 22	Lugares de alimentación, recreación y diversión del cantón Guano.....	77
Cuadro No 23	Matriz con las causas, problemas, efectos y soluciones a la situación turística actual del cantón Guano.....	84
Cuadro No 24	Resultados del análisis FODA de la situación turística actual del cantón Guano.....	86
Cuadro No 25	Media aritmética de la edad (nacionales).....	90
Cuadro No 26	Género.....	90
Cuadro No 27	Ocupación.....	91
Cuadro No 28	Procedencia.....	93
Cuadro No 29	Nivel de educación.....	94
Cuadro No 30	Frecuencia de viajes.....	95
Cuadro No 31	Con quien viaja.....	95
Cuadro No 32	Turistas que desean visitar los atractivos de Guano.....	96
Cuadro No 33	Atractivos culturales que prefieren conocer los turistas.....	97
Cuadro No 34	Atractivos naturales que prefieren conocer los turistas.....	99

Cuadro No 35	Turistas que les gustaría realizar un viaje organizado dentro de Guano.....	101
Cuadro No 36	Actividades preferidas por los turistas	102
Cuadro No 37	Cuantos días permanecerían en Guano	103
Cuadro No 38	Servicios que prefieren los turistas	104
Cuadro No 39	Precios que los turistas estarían dispuestos a pagar	105
Cuadro No 40	Medio por el cual se informan las personas para realizar turismo.....	106
Cuadro No 41	Media aritmética de la edad (extranjeros).....	109
Cuadro No 42	Género.....	110
Cuadro No 43	Ocupación.....	110
Cuadro No 44	Procedencia.....	111
Cuadro No 45	Nivel de educación.....	112
Cuadro No 46	Frecuencia de viajes.....	113
Cuadro No 47	Con quien viaja.....	114
Cuadro No 48	Turistas que desean visitar los atractivos de Guano.....	115
Cuadro No 49	Atractivos culturales que prefieren conocer los turistas.....	116
Cuadro No 50	Atractivos naturales que prefieren conocer los turistas.....	118
Cuadro No 51	Turistas que les gustaría realizar un viaje organizado dentro de Guano.....	120
Cuadro No 52	Actividades preferidas por los turistas	121
Cuadro No 53	Cuantos días permanecerían en Guano	122
Cuadro No 54	Servicios que prefieren los turistas	123
Cuadro No 55	Precios que los turistas estarían dispuestos a pagar	124
Cuadro No 56	Medio por el cual se informan las personas para realizar turismo.....	125
Cuadro No 57	Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera para los próximos 5 años.....	128
Cuadro No 58	Itinerario técnico del paquete Guano Turístico.....	142
Cuadro No 59	Itinerario técnico del paquete Guano Extremo.....	145
Cuadro No 60	Itinerario técnico del paquete Por las Sendas del Coloso.....	147
Cuadro No 61	Itinerario técnico del paquete Hieleros del Chimborazo.....	150
Cuadro No 62	Itinerario técnico del paquete Chimborazo Biking.....	152
Cuadro No 63	Itinerario técnico del paquete La Cumbre de Whympers.....	155
Cuadro No 64	Itinerario técnico del paquete Rincones Enigmáticos.....	157
Cuadro No 65	Canales de difusión.....	160
Cuadro No 66	Plan de publicidad.....	162

LISTA DE GRÁFICOS

NUMERO	NOMBRE	PÁGINA
Gráfico No 1	Ubicación del Cantón Guano.....	41
Gráfico No 2	Edad (nacionales).....	89
Gráfico No 3	Género.....	91
Gráfico No 4	Ocupación.....	92
Gráfico No 5	Procedencia.....	93
Gráfico No 6	Nivel de educación.....	94
Gráfico No 7	Frecuencia de viajes.....	95
Gráfico No 8	Con quien viaja.....	96
Gráfico No 9	Turistas que desean visitar los atractivos de Guano.....	97
Gráfico No10	Atractivos culturales que prefieren conocer los turistas.....	98
Gráfico No11	Atractivos naturales que prefieren conocer los turistas.....	100
Gráfico No12	Turistas que les gustaría realizar un viaje organizado dentro de Guano.....	101
Gráfico No13	Actividades preferidas por los turistas.....	103
Gráfico No14	Cuantos días permanecerían en Guano	104
Gráfico No15	Servicios que prefieren los turistas	105
Gráfico No16	Precios que los turistas estarían dispuestos a pagar	106
Gráfico No17	Medio por el cual se informan las personas para realizar turismo.....	107
Gráfico No18	Edad (extranjeros).....	108
Gráfico No19	Género.....	110
Gráfico No20	Ocupación.....	111
Gráfico No21	Procedencia.....	112
Gráfico No22	Nivel de educación.....	113
Gráfico No23	Frecuencia de viajes.....	114
Gráfico No24	Con quien viaja.....	115
Gráfico No25	Turistas que desean visitar los atractivos de Guano.....	116
Gráfico No26	Atractivos culturales que prefieren conocer los turistas.....	117
Gráfico No27	Atractivos naturales que prefieren conocer los turistas.....	119
Gráfico No28	Turistas que les gustaría realizar un viaje organizado dentro de Guano.....	120
Gráfico No29	Actividades preferidas por los turistas.....	122
Gráfico No30	Cuantos días permanecerían en Guano	123
Gráfico No31	Servicios que prefieren los turistas	124
Gráfico No32	Precios que los turistas estarían dispuestos a pagar	125
Gráfico No33	Medio por el cual se informan las personas para realizar turismo.....	126
Gráfico No34	Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera...	128

LISTA DE MAPAS

NUMERO	NOMBRE	PÁGINA
Mapa No 1	Mapa de identificación de la Ruta de Naturaleza y Cultura.....	138
Mapa No 2	Mapa temático del paquete Guano Turístico.....	144
Mapa No 3	Mapa temático del paquete Guano Extremo.....	146
Mapa No 4	Mapa temático del paquete Por las Sendas del Coloso.....	149
Mapa No 5	Mapa temático del paquete Hieleros del Chimborazo.....	151
Mapa No 6	Mapa temático del paquete Chimborazo Biking.....	154
Mapa No 7	Mapa temático del paquete La Cumbre de Whymper.....	156
Mapa No 8	Mapa temático del paquete Rincones Enigmáticos.....	159

LISTA DE ANEXOS

NUMERO	NOMBRE	PÁGINA
Anexo No 1	Encuesta para turistas nacionales.....	170
Anexo No 2	Encuesta para turistas extranjeros.....	172
Anexo No 3	Encuesta para los prestadores de servicios turísticos.....	174
Anexo No 4	Metodología para el diagnóstico participativo.....	176
Anexo No 5	Página web.....	188
Anexo No 6	Spot radial.....	192
Anexo No 7	Publicidad de la prensa.....	193

I. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN EL CANTÓN GUANO PROVINCIA DE CHIMBORAZO

II. INTRODUCCIÓN

Ecuador gracias a su privilegiada posición posee una gran variedad de recursos naturales y culturales que lo ubican en un impresionante destino turístico. Las diferentes tradiciones y costumbres de la gente que lo habita, contribuyen con la imagen de un país exótico y de policromática belleza, además es considerado como uno de los 17 países con mayor diversidad en el mundo.

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

La actividad turística a nivel mundial es una de las más rentables, si es manejada adecuadamente, con la participación conjunta de las entidades gubernamentales, no gubernamentales y la gente de los sitios con atractivos turísticos, así, el turismo sirve como catalizador para aprovechar racionalmente los lugares naturales, conocer y compartir con la gente experiencias, su cultura, adquirir las artesanías que producen, degustar de la gastronomía típica según la zona geográfica, disfrutar de sus fiestas y tradiciones, entre otras.

El turismo sostenible en el Ecuador se viene dando desde hace algunos años atrás, dicho proceso ha gestionado el uso adecuado de los atractivos turísticos naturales o culturales, el mismo que ha permitido el involucramiento de las comunidades locales y con ello ha colaborado a mejorar su calidad de vida, asegurando de este modo que las generaciones futuras también disfruten de lo que nuestro grandioso país posee.

El cantón Guano pertenece a la provincia de Chimborazo, es uno de los lugares reconocidos nacional e internacionalmente por la habilidad de sus habitantes al elaborar cotizadas y hermosas artesanías, además de poseer sitios naturales de interés turístico y ambiental, los mismos que requieren ser adecuados para que puedan ser visitados, ya que en la actualidad cuentan con una infraestructura limitada, lo que retrasa la inversión turística a nivel cantonal, lo inverso ocurre en la capital la inversión y desarrollo de la planta turística va fortaleciéndose pero con algunos desfases por ejemplo el incumplimiento de las ordenanzas municipales y las expedidas por el MINTUR, el mismo que conlleva a desacuerdos y falta de raciocinio entre las autoridades y actores del turismo.

Guano, llamada la Capital Artesanal del Ecuador, desde tiempos muy antiguos con su gente se ha manifestado expresando su cultura entre los pueblos de la provincia de Chimborazo, así se distinguió como una de las encomiendas más apetecidas por las ganancias que producían en el comercio de muchas especies de tejido, lana, algodón y cabuya; cuenta con algunos atractivos turísticos entre ellos el Volcán Chimborazo como el atractivo más importante con jerarquía IV , tradiciones, fiestas religiosas, mitos, leyendas y sus habitantes que lo hacen un lugar digno de ser visitado; por lo cual es necesario que los recursos turísticos sean manejados adecuadamente, siendo factible el diseño de un producto turístico, que contribuyan al desarrollo turístico del cantón y de la provincia de Chimborazo, a la vez que se constituya en un elemento dinamizador de la economía local.

A. JUSTIFICACIÓN

Guano posee atractivos naturales y culturales visitados y no visitados por los turistas que pasan por el cantón, debido al desconocimiento de su existencia se hace necesario diseñar un producto turístico que enlacen los atractivos turísticos, constituyéndose así una herramienta de apoyo que promueva la integración de los mismos involucrando la participación de las comunidades locales en la actividad turística fomentado el mejoramiento de sus condiciones de vida.

Este trabajo es propuesto como un aporte para el fortalecimiento del turismo, debido al limitado diseño de un producto turístico, por lo cual se plantea la integración de los atractivos en el mismo, a más de la cooperación del gobierno seccional de manera que se puedan difundir a mayor escala los atractivos del cantón ya que no existe una adecuada publicidad y difusión integral de los mismos, en este contexto, la I. Municipalidad de Guano tiene la necesidad de realizar este estudio, el cual permita la diversificación de la oferta siendo un vínculo para atraer el turismo el cual genere una reservación de servicios con la que puedan ser aprovechados en el desarrollo cantonal y provincial como parte de un sistema regional turístico integrado.

De parte de las autoridades municipales actuales existe el suficiente empeño para convertir a Guano en un destino turístico, por medio del presente estudio se pretende contribuir e impulsar el desarrollo turístico en el cantón.

B. OBJETIVOS

1. General

Diseñar un producto turístico en el cantón Guano Provincia de Chimborazo.

2. Específicos

- a. Diagnosticar la situación actual de la actividad turística en el cantón Guano.
- b. Realizar el estudio de mercado del Cantón Guano.
- c. Realizar el diseño técnico del producto turístico.
- d. Definir las estrategias de difusión y publicidad.

C. HIPÓTESIS

1. Hipótesis

Guano al contar con el diseño de un producto turístico permite poner en valor los recursos turísticos naturales como culturales, el mismo que colabora a dinamizar la economía del cantón.

III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. EL TURISMO

1. Generalidades

La ley de turismo de la república del Ecuador, Art. 2 define: “Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos”.

La Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, OMT, (2007) manifiesta que, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

a. Gobiernos descentralizados y su competencia en el turismo

Los gobiernos descentralizados favorecen la acción de gobiernos locales, la gobernabilidad y la estabilidad política. Disminuye el tamaño del Estado, el regionalismo y la fragmentación territorial. Busca fortalecer la unidad dentro de la diversidad, gobernando con eficiencia a una sociedad compleja y diversa.

Oficial y constitucionalmente, el Ecuador nació el 13 de mayo de 1830 como una república independiente, soberana, unitaria y presidencialista, por lo tanto centralista. Se ha mantenido así

por 177 años sin salir del subdesarrollo por causas tan variadas como el centralismo absorbente del gobierno presidencialista que ha generado problemas graves como la ingobernabilidad, el regionalismo, la centralización político-administrativa y la inestabilidad política.

Surge así la necesidad de una reforma estructural del estado que elimine los males permanentes de la República.

Cuando se habla de descentralización se entiende la transferencia del poder de decisión y ejecución de políticas públicas del gobierno central a los gobiernos locales. Para que esto sea posible se requieren por lo menos tres aspectos:

- ✓ La transferencia de competencias administrativas.
- ✓ La administración de sus propios recursos para poder asumir las diversas competencias y,
- ✓ La capacidad política para tomar decisiones acerca de cómo administrar las funciones y los recursos descentralizados

Además cumple con los siguientes parámetros:

- Es un gobierno que facilita y procura la participación del manejo del sector público con la participación ciudadana.
- Procura y apoya la autonomía municipal
- Respeto la autonomía del gobernador del Estado o Departamento. El Gobernador en algunos casos es electo por su distrito
- Busca la participación ciudadana a través de comités de barrio, de cuadra o de COCODES (Comites comunitrios de desarrollo). Pero sobre todo: asigna recursos presupuestarios independientes a cada sector. Sin dependencia directa del gobierno central o poder ejecutivo.
- Para que un gobierno sea realmente democrático y participativo sus poderes y su administración deben estar descentralizados, tanto en lo geográfico como en lo operativo.

No se puede hablar de democracia en un escenario de concentración de poderes. Además de la división clara y orgánica de los poderes legislativo, ejecutivo y judicial, es imprescindible una descentralización de la administración estatal y de los poderes territoriales y locales.

Sí se puede hablar de democracia en un espacio en el que cada ciudadano tenga la posibilidad de interactuar de manera directa con las diferentes instancias públicas, gracias no sólo a su cercanía geográfica, sino a la existencia de mecanismos e instrumentos, organizativos y tecnológicos, para brindar información y canalizar ideas e inquietudes (ventanillas, líneas telefónicas de asistencia, portales en internet, entre otros).

Descentralización no sólo quiere decir entonces que las responsabilidades se reparten entre diversas administraciones, sino que las administraciones se reparten también y están más próximas a más gente.

Lo anterior exige de parte de los gobiernos un incremento en los esfuerzos de coordinación entre niveles (nacional – regional – local) así como una mejor orientación de los recursos, pero el costo será siempre menor al riesgo que conlleva el excesivo centralismo.

Una democracia en la que el poder está gestionado por equipos cualificados sin intereses personalistas ni líderes, es una democracia que ha formado el embrión básico para su sostenibilidad y su éxito como sistema de gobierno participativo.

Es así que el Ministerio de Turismo fue la primera entidad del Estado que logró establecer una verdadera política y un modelo de descentralización, que persigue instaurar una nueva línea de gestión para el desarrollo turístico local y del Ecuador en su conjunto.

El Ministerio de Turismo presenta una propuesta novedosa, para desarrollar una estrategia que incorpora no sólo a los Municipios y Consejos Provinciales, sino también a las Juntas Parroquiales, en acciones concertadas para dinamizar el turismo en el ámbito nacional.

La transferencia de Competencias en Turismo, asigna en forma equitativa y racional las funciones y responsabilidades, definidas en la Ley de Turismo, a las diferentes instancias del

Estado, incluyendo el Gobierno Central y los diferentes organismos de régimen seccional autónomo. La asignación de funciones por niveles de Gobierno, se realiza en estricto cumplimiento a lo que disponen la legislación vigente, como la Ley de Descentralización, las leyes de Régimen Provincial y Municipal.

1) Municipios

Los Municipios en el nivel local, se encargan de la planificación local, el control de calidad de los establecimientos turísticos y la dinamización y mejora de la calidad de los destinos turísticos locales.

2) Competencias descentralizadas

a) Políticas y Planificación: El MINTUR transfiere a los Consejos Provinciales un rol fuertemente coordinador, estableciendo los encadenamientos necesarios con en nivel central y los niveles locales.

b) Regulación, Registro, Licencia y Control: incluye todas las actividades relacionadas con la regulación de los prestadores de servicios turísticos que las ejerce el MINTUR como autoridad nacional, quien descentralizó hacia los municipios el cobro de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, LUAF, el manejo del Catastro Turístico y el control de los establecimientos turísticos.

c) Protección al Consumidor de Servicios turísticos: es una competencia nueva, que permite la participación concurrente de todos los cuatro niveles de gobierno, porque la protección al turista mejorará la imagen turística del país en su conjunto. Entre los servicios previstos los Centros de Protección al Turista se descentraliza con los Consejos Provinciales, y las Oficinas de Atención e Información al Turista con los municipios.

d) Sistemas de Información Turística: El MINTUR elabora los lineamientos, normas técnicas y metodológicas para los sistemas de Información Turística, que están orientados a sustentar los procesos de planificación y a los tomadores de decisión en relación a las inversiones en el sector,

entre otros. Los organismos descentralizados asumen roles directos en la elaboración de información y datos estadísticos, así como en el procesamiento, análisis y uso de los mismos.

e) Promoción Turística: El MINTUR formula y ejecuta el Plan Integral de Mercadeo Turístico del Ecuador y descentraliza las funciones que en forma concurrente apuntan a promocionar los destinos turísticos locales, puesto que todos los gobiernos seccionales han mostrado interés en promocionar sus destinos turísticos.

f) Fomento y Desarrollo del Sector Turístico: Las funciones de fomento y generación de incentivos para la inversión y el desarrollo del sector, tal como establece la Ley de Turismo, ha sido demandada por los consejos provinciales y municipios, por lo que se define como una función concurrente en los tres niveles. Las Juntas Parroquiales tienen interés en participar en la protección del patrimonio turístico.

g) Capacitación y Asistencia Técnica: es una competencia derivada de la Ley de Descentralización y Participación Social, que el Ministerio de Turismo se adjudica como un compromiso tendiente a mejorar las capacidades de los actores locales, para que asuman con eficiencia y eficacia las competencias descentralizadas. En cuanto la capacitación de los prestadores de servicios turísticos se plantea como una función concurrente de todos los cuatro niveles.

Con esta propuesta el Ministerio de Turismo quiere mostrar al país que el desarrollo del turismo es, y debe ser, un esfuerzo de todos, que posibilita la incorporación de los empresarios, los grupos sociales y las comunidades locales junto con los gobiernos seccionales, con el objetivo de mejorar la calidad de vida y la dinamización de la economía, en un marco de sostenibilidad ambiental y equidad social.

2. Modalidades

RATTO, N. (2001) manifiesta que “El turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por las economías locales, así como integrar y contribuir positivamente al desarrollo de las economías regionales, promoviendo las formas alternativas de turismo coherentes con los principios de desarrollo sostenible: turismo de aventura, agroturismo, ecoturismo, turismo de estancia. Observación de la flora y fauna, avistaje de aves, turismo científico, espeleología y turismo cultural. Estas constituyen diferentes modalidades de nueva tendencia del turismo alternativo.”

a. Turismo Sostenible

Las consecuencias del desarrollo turístico, en especial en los países del Sur, parecen haber sido mayoritariamente perjudiciales. No obstante, algunos casos de turismo alternativo autogestionado por la propia comunidad parecen mostrar que un cierto tipo de turismo, a menor escala y con una gestión diferente, puede generar efectos positivos, se empieza a hablar entonces de turismo sostenible.

Según la OMT, (2001) el turismo sostenible es una actividad que “Satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones de destino, al mismo tiempo que protege y garantiza la actividad de cara al futuro. Se concibe como una forma de gestión de todos los recursos de forma que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas al mismo tiempo que se conservan la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que soportan la vida”.

1) Principios del Turismo Sostenible

Según la OMT, los principios que definen el turismo sostenible son:

- ✓ El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales.
- ✓ La calidad ambiental se mantiene y mejora.

- ✓ Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial.
- ✓ Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

Ante esta situación, el turismo responsable no aparece como un tipo o modelo de turismo específico, sino como un movimiento:

- ✓ que busca establecer modelos de desarrollo turístico sostenibles y específicos para cada zona de destino, para lo que se han de tener en cuenta sus variables sociales, económicas y medioambientales
- ✓ que denuncia los impactos negativos que el turismo conlleva o puede conllevar en las sociedades anfitrionas, así como la imagen distorsionada que los visitantes pueden hacerse de la realidad que han ido a conocer
- ✓ que valora y reclama la responsabilidad de turistas, tour-operadores, anfitriones e instituciones públicas a la hora de favorecer modelos turísticos sostenibles.

3. Turismo de Naturaleza

Por mucho tiempo, el turismo era considerada como una "industria blanca" sin necesidad de señalar sus impactos sobre el ambiente social, cultural y ecológico. En la década de los 70 se escucharon las primeras voces de crítica. Sin embargo, tomó más de una década para que empezaran a prestar atención a las consecuencias del turismo.

Actualmente, casi todos los interesados en el turismo reconocen que este puede tener impactos negativos sobre el ambiente y que esos impactos deben controlarse. Es necesario que el turismo se vuelva sostenible y compatible ambientalmente. Esta necesidad de un "desarrollo sostenible" está siendo reconocida cada vez más por las partes interesadas.

A pesar del aumento de los esfuerzos realizados por los países y la comunidad internacional en las últimas dos décadas, la pérdida de diversidad biológica ha aumentado a una tasa todavía

mayor. La destrucción de los hábitats, su sobre-explotación y la descarga de sustancias dañinas está conduciendo a la pérdida irreversible de recursos. Las razones para esto son los patrones de producción y consumo que niegan los principios de gestión sostenible. El turismo está directamente involucrado en este problema, que es de vital importancia para el futuro de la humanidad de dos maneras.

Primeramente, un número grande de estudios realizados a nivel mundial han demostrado que el turismo, en sus varias formas, comparte de manera importante la responsabilidad en la pérdida de especies y hábitats. La localización errónea de las facilidades turísticas ha contribuido a estos, lo mismo que la realización de las actividades de ocio en áreas sensibles o la introducción en los ecosistemas de sustancias dañinas por parte de los turistas.

Por el otro lado, es precisamente el turismo en que, en muchas áreas, ha contribuido significativamente en la conservación de la biodiversidad. Los recursos biológicos están siendo protegidos debido a que se ha descubierto su valor turístico. Así, lo que ha llegado a conocerse como Turismo de Naturaleza se ha convertido en uno de los instrumentos más importante para la conservación de la misma.

a. El Ecoturismo

Una de las formas de turismo alternativo que mayor expectativa ha generado es el denominado Ecoturismo. En su definición original, sería una forma de turismo sostenible, ya que si bien hace especial insistencia en el tema medioambiental y cultural, no olvida el factor socioeconómico.

CEBALLOS, L.(1991) define al ecoturismo como aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas

áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómico benéfico de las poblaciones locales.

B. ESTUDIO DE MERCADO

1. Generalidades

CONTRERAS, C. (2007) dice, entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a un determinado precio.

Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tienen necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro.

Se pueden identificar y definir los mercados en función de los segmentos que los conforman esto es, los grupos específicos compuestos por entes con características homogéneas. El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero. En un sentido económico general, mercado es un grupo de compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para las transacciones entre cualquier par de ellos, afecte las condiciones de compra o de venta de los demás.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados

mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

Para tener un mejor panorama sobre la decisión a tomar para la resolución de los problemas de marketing se utilizan una poderosa herramienta de auxilio como lo son los estudios de mercado, que contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema.

El estudio de mercado es pues, un apoyo para la dirección superior, no obstante, éste no garantiza una solución buena en todos los casos, más bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez tratan de reducir al mínimo el margen de error posible.

a. Investigación de mercados

PUJOL, B. (2002) manifiesta que, la investigación de mercados, es una de las funciones del marketing consistente en la obtención sistemática de información con el objeto de poder tomar decisiones de carácter comercial acertadas. Por lo tanto, la investigación de mercados está integrada en el sistema del marketing de la empresa.

Podemos definir la investigación de mercados, como la técnica comercial que tiene como finalidad el estudio analítico de la problemática que hace referencia a la planificación de la fabricación, producción, distribución y apoyo promocional y publicitario de los productos o servicios de una empresa con el objeto de reducir al máximo el riesgo comercial e incrementar las ventas lo máximo posible.

2. Análisis de mercados turísticos

HERNÁNDEZ, (1997) dice que: En términos globales, es el conjunto de variables que permiten precisar cualitativamente y cuantitativamente los mercados hacia los cuales deben dirigirse las políticas de comercialización.

El mismo autor menciona que: en forma más amplia “ Es la recopilación, clasificación, análisis, e interpretación de las variables que se deben utilizar, para una adecuada solución de los problemas relacionados con la transferencia y venta del producto turístico, del ofertante al demandante o consumidor, en este caso denominado turista, con el fin de aumentar las utilidades netas.”

a. Análisis de la oferta

Según YUCTA (2004), dentro del análisis de la oferta se realizarán dos tipos de análisis:

1) Análisis de la oferta complementaria

ACERENZA, M.(1996) dice que, la oferta turística es una fase de adaptación a las nuevas tendencias de la demanda que corresponden hoy por hoy a nuevos valores culturales como preocupaciones por la naturaleza y el medio ambiente, calidad de vida. etc

YUCTA, (2004), dice que: la oferta complementaria la constituyen los bienes y servicios que pueden servir de apoyo y atracción a nuestro proyecto. Este estudio por lo general debe cubrir los tipos de establecimiento disponibles en la región como hoteles, cines, teatros, empresas de esparcimiento, de transporte, etc. Con sus capacidades, precios y relaciones de cercanía al proyecto.

2) Análisis de la competencia

YUCTA, (2004), manifiesta que: La competencia se refiere a sitios que producen productos parecidos a los que pretendemos poner en el mercado con la ejecución y operación de nuestro proyecto. La competencia la ejercen empresas específicas que ya tienen una adecuada experiencia de la cual se debe valer para definir nuestro producto, omitiendo fallas que han cometido nuestros competidores y acentuando su acierto.

b. Análisis de la demanda

YUCTA, P. (2002), manifiesta que, las Empresas Turísticas buscan captar físicamente al consumidor (Turista), el cual pertenecerá a dos ámbitos geográficos. El primero turismo receptivo y el segundo turismo interno

1) Demanda Receptiva

YUCTA, P. (2002), promulga que, este tipo de demanda está integrada por aquellos turistas provenientes del extranjero, quienes poseen su residencia habitual fuera del país receptor, generan un desplazamiento con arribos y pernoctaciones, que constituyen las principales variables para el estudio de la demanda.

2) Demanda Interna

YUCTA, P. (2002), manifiesta que, esta es la segunda vertiente de la demanda y está integrada por los turistas residentes en el país en donde se evalúa la actividad turística.

Según CARDENAS (1996) dice que, “Las perspectivas de la productividad turística se van ampliando año con año debido, entre otros factores, al crecimiento del turismo y en especial al ensanchamiento del tiempo libre, que ha permitido la conformación de una rica variedad de demanda.”

3) Aspecto cualitativo

El análisis cualitativo se lo obtendrá a partir del registro de información del perfil del consumidor.

El análisis del perfil de los consumidores/turistas, consiste en determinar las características generales o detección de necesidades de los segmentos de mercado o grupos de consumidores.

La segmentación de mercado consiste en agrupar por subconjuntos el gran conglomerado de la demanda futura (Áreas desarrolladas turísticamente) y la demanda objetivo (Áreas no desarrolladas turísticamente). Una empresa prestadora de servicios turísticos debería orientarse a captar solo determinados segmentos específicos de mercado, puesto que las características de dicho segmento van a determinar las cualidades del producto ofertado en cuanto a contenido, calidad y precio. Para realizar este estudio se identifica el universo de cada segmento de mercado y posteriormente se calcula el número de encuestas a realizar.

a) Muestra y población

RENA, C. (2008), define a la muestra y población: "Es una colección de datos que atañen a las características de un grupo de individuos u objetos, tal como las alturas y pesos de los estudiantes de una universidad; es a menudo imposible o poco práctico observar la totalidad de individuos, sobre todo si éstos son muchos. En lugar de examinar el grupo entero llamado población o

universo, se examina una pequeña parte llamada muestra. Una población puede ser finita cuando es menor a 100.000 o infinita cuando es mayor a 100.000 y se la identifica por el carácter "N". A la muestra se lo denomina por "n" siendo representativa de una población, se pueden deducir importantes conclusiones acerca de ésta, a partir del análisis de la misma".

La investigación de mercados utiliza mucho la encuesta muestrearía o encuesta estadísticamente representativa, puesto que se pueden obtener una serie de resultados de una pequeña muestra y aplicarlos a la generalidad o universo, con lo que esto representa en ahorro de tiempo y dinero, por lo tanto, la muestra es una reproducción en pequeño del universo, pero los resultados que se obtengan al estudiarla serán más o menos exactos en función del grado de error muestral que se haya aceptado previamente.

Si de un mismo universo se extraen aleatoriamente diversas muestras de idéntico tamaño se observará que las desviaciones que presenten las mismas tienden a agruparse alrededor de los valores reales del universo.

Para la determinación de la muestra en universos finitos y con un coeficiente de fiabilidad del 99.7% se utiliza la fórmula de Canavos (1988), dispuesta a continuación.

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Universo

PQ= Constante de varianza (0.25)

E= Margen de error (0.09)

k= Constante de corrección del error (2).

Una vez calculado el número de encuestas que se tendrá que hacer, el siguiente paso es elaborar el contenido de las encuestas, para esto se deberá tomar en cuenta las siguientes variables:

- ✓ Variables socioeconómicas
- ✓ Variables geográficas
- ✓ Variables motivacionales
- ✓ Hábitos de consumo, gustos y preferencias.

C. PRODUCTO TURÍSTICO

1. Generalidades

DE LA COLINA, J.M. (2007), manifiesta que el producto turístico es principalmente un conjunto de servicios, compuesto por una mezcla o combinación de elementos de la industria turística.

El producto turístico, al igual que otro producto sigue un ciclo de vida o fases como son la introducción, crecimiento, maduración y declive.

CARDENAS. F. (1995) indica que, el producto turístico no está compuesto solo por lo que ofrece determinada empresa, sino también por las atracciones del lugar (paisajes, monumentos, clima, gastronomía, etc.), las facilidades en el destino (equipos sanitarios, medios de transporte, comercios, etc.) y la accesibilidad al destino (infraestructura, comunicaciones, etc.), por lo que su ciclo de vida será muy peculiar.

a. Calidad del producto

La calidad es una de las principales herramientas de posicionamiento del mercadólogo. Este tiene dos dimensiones: nivel y consistencia. Al desarrollar un producto, la empresa debe escoger un nivel de calidad que apoye la posición del producto en el mercado meta.

Las empresas escogen un nivel de calidad adecuado con las necesidades del mercado y con los niveles de calidad de los productos de la competencia.

b. Características

1) Intangibilidad.

Los productos turísticos tienen unos componentes tangibles y otros intangibles.

La tangibilidad se observa en la cama de un hotel, el overbooking, la calidad de la comida. La parte tangible la constituye el producto turístico en sí, tal y como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos.

DE LA COLINA, J.M. (2007), indica que, la intangibilidad se deduce del hecho de que las características de las componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan cómo es el producto, qué uso le darán, y qué resultados esperan obtener. Esta componente de intangibilidad hace que los consumidores no estén seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto.

2) Caducidad

Los productos turísticos no se pueden almacenar.

3) Agregabilidad y sustituibilidad

El producto turístico se forma a partir de la agregación de varios componentes, alguno de los cuales se puede sustituir por otro de forma inmediata.

4) Heterogeneidad.

El producto turístico está formado por muchas partes, y condicionado por muchos factores.

5) Subjetividad, individualidad, inmediatez y simultaneidad de producción y consumo.

Es subjetivo porque depende de las condiciones en que estén los clientes y prestatario en el momento del consumo.

Las satisfacciones que produce son individuales y distintas de unas personas a otras.

Su consumo es simultáneo a su fabricación real, de manera que el producto se crea realmente al mismo tiempo que se consume.

6) Otros

DE LA COLINA, J.M. (2007), dice que, Es un producto estacional. La liquidez o cash flow es alta.

A más de ello, un producto se puede ofrecer con características variables. La empresa puede crear productos de más alto nivel al añadir más características. Estas generalmente son una herramienta competitiva para diferenciar el producto de la empresa de los productos de los competidores.

2. Componentes del producto turístico

“El elemento básico en que se fundamenta el producto turístico: el lugar geográfico. En torno a este elemento se agrupan las condiciones climáticas, los fenómenos naturales, las ciudades y poblaciones situadas en el área los lugares históricos, la animación...

A continuación nos referimos a los seis componentes de producto turístico: bienes, servicios y servicios auxiliares, recursos, infraestructura y equipamientos, gestión, imagen de marca y precio.

a. Bienes, servicios, servicios auxiliares

En primer lugar, tenemos los bienes y servicios requeridos para cubrir la satisfacción de la experiencia, es decir, la materia prima del producto: productos alimenticios, productos de uso en las instalaciones turísticas, material deportivo y de limpieza y prestaciones tales como la recepción, la acogida, la información, etc.

Junto a ellos, hay que incluir a los servicios auxiliares. Se consideran tales los que complementan la oferta central constituida por el viaje, el alojamiento, la restauración y las atracciones. Con ello, nos referimos a los equipamientos comerciales e industriales, lavanderías, librerías, cines, las tiendas de vehículos de alquiler, guías turísticos, azafatas, organizadores y asistentes, empresas de ingeniería, empresas de consultoría, empresas de seguros, etc.

b. Recursos turísticos

La atracción, basada en los recursos naturales o artificiales culturales o sociales es la razón que mueve al turista a dirigirse a un destino u otro.

c. Estructuras y equipamientos

Las infraestructuras y los equipamientos son aquellas construcciones básicas de un territorio que permiten su accesibilidad y disfrute.

El concepto de infraestructura y equipamiento debe interpretarse como un valor añadido para el destino, capaz de hacerlo accesible y disfrutable, pero siempre del criterio general de planificación.

d. Gestión

La gestión es la que implanta procesos, vértebra conductas y selecciona los soportes físicos adecuados para la prestación deseada, de acuerdo con los deseos que esperan satisfacer los consumidores y con los recursos disponibles.

e. Imagen de marca

Rodeados los bienes y servicios, como materia prima básica, de los recursos de las infraestructuras y equipamientos y de la gestión, el producto o el destino turístico necesitan dos elementos indispensables de información: el primero, la imagen de marca; el segundo, el precio.

Sin la imagen y sin el precio, el producto turístico es opaco ante los ojos de los receptores, desdibujando, insípido, desintegrado inestable y por tanto, poco sugestivo y difícil de retener.

f. Precio turístico

VALSS, J. (2003), el precio es el valor que se fija en el turista y el prestador a un servicio en el momento de establecer un intercambio voluntario. El prestador, que es el vendedor, persigue que el precio cubra los costes de producción, los costes de reposición, los costes financieros, el valor de la marca y el beneficio deseado: el comprador, por su parte, persigue que el precio responda a la utilidad o beneficio que recibe.

1) Costo de los servicios turísticos

Oñate Sonia, Ricaurte Carlos y Lozano Patricio (2006), manifiestan que se puede definir al costo como la expresión monetaria de los consumos de los factores de producción (tierra, trabajo, capital y tecnología) consumidos en la actividad turística, es decir, el valor de las cantidades de los factores incorporadas al proceso productivo.

El costo total de producción de un bien o servicio es el equivalente monetario de todos los factores consumidos en la obtención del mismo y está integrado por costos fijos y variables.

El costo fijo, es el que dentro de una determinada estructura de producción permanece invariable respecto al volumen producido, mientras que el costo variable es el equivalente monetario de los valores que varían según los volúmenes de producción.

Así, el costo total de un producto se calcula de la siguiente manera:

$$CT = CF + CV$$

Donde:

CT: Costo total CF: Costos

Fijos CV: Costos Variables

2) Umbral de rentabilidad

CABO NADAL M, (2004), dice que el umbral de rentabilidad es "el número de plazas mínimo que hay que vender para cubrir los costos fijos. Todas las plazas que se vendan por encima del índice de ocupación, reportan beneficios y en consecuencia, toda aquella plaza vendida por debajo reportará pérdidas a la agencia y se determina que no es rentable realizar el viaje. Se denomina también punto muerto de explotación".

Para realizar el cálculo del umbral de rentabilidad se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{UMBRAL DE RENTABILIDAD} = \frac{\text{Gastos fijos globales}}{\text{PVP} - \text{Gastos variables unitarios}}$$

D. RUTAS Y PAQUETES TURISTICOS

1. Rutas

a. Concepto

Es la identificación de puntos geográficos en un territorio específico, que posibilita una navegación para llegar a su destino.

b. Identificación de rutas

Para la identificación de rutas se realizan los siguientes pasos:

- Identificación zona de influencia.
- Evaluación de puntos geográficos
- Diseño de rutas: es la estructuración o graficación que permite identificar lugares geográficos en una zona dada, lo cual posibilite la satisfacción de los visitantes.

2. Paquetes Turísticos

PIRAY M, (2006) Indica que paquete turístico es el producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento, manutención y transporte), por el que se abona un precio, dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.

a. Beneficios de la estructuración de un paquete turístico

- Los paquetes turísticos forman un conjunto de servicios, los cuales el turista puede conseguir en una sola compra, ahorrándose todos los procesos de reservación y contratación de cada uno de los servicios por separado. Esto le facilita al viajero la toma de decisiones de compra y la preparación de viaje.
- Diversifica la oferta turística de un área geográfica determinada, promoviendo con ello que el periodo de permanencia del visitante sea mas prolongado y con tendencias de retorno al destino.
- Un paquete turístico es la mejor forma de poner en valor un territorio turístico sea este urbano o rural, puesto que en un territorio correctamente preparado para recibir turistas permite que estos dispongan de una amplia variedad de ofertas turísticas.

- Ofrece al turista la posibilidad de organizar su tiempo, distribuir sus visitas y poder elegir directamente lo que quiere conocer, a la vez que disfruta y propende a la conservación del patrimonio existente y a su vez se pueda beneficiar a las poblaciones locales.
- La estructuración de un paquete turístico promueve la consolidación del destino y la sostenibilidad del patrimonio natural y cultural utilizado en la actividad turística.

b. Factores que condicionan la estructura de un paquete turístico

El diseño de un paquete turístico debe tomar en cuenta varios criterios que resultan necesarios para realizar un adecuado trabajo, que pueden ser los siguientes:

1) No perder la perspectiva de todos los elementos del sistema turístico

Un paquete turístico no es un elemento aislado de la actividad turística hay que tomar en cuenta siempre los elementos que componen el sistema turístico.

2) Segmento del mercado turístico al cual se dirige

Al crecer un producto turístico este se hace pensando principalmente en quien va a consumirlo. Esto ayuda a conocer como esta el segmento de la demanda turística.

3) Inventario de atractivos turísticos

Para elaborar un producto turístico es necesario el manejo adecuado de la clasificación de los atractivos y su evolución y jerarquización, ya que a partir de ellos se origina la mayor parte de los viajes, por lo que es conveniente que se incorpore en el programa de viaje aquellos que respondan adecuadamente a los segmentos de la demanda.

c. Diseño de paquetes turísticos

Es aquel producto que se planifica y se desarrolla, teniendo en cuenta un grupo de servicios turísticos (alojamiento, alimentación, transporte, etc.,) en un solo componente o paquete turístico que nos permite el aprovechamiento adecuado del recurso humano: materiales turísticos así como valorar las condiciones de las rutas para ofrecerlos y posteriormente, venderlos a los segmentos turísticos que disfrutaran de estos.

d. Fuentes de información

1) **Primaria** {
 Experiencia propia
 Guía de turismo
 Oficinas de información

2) **Secundaria** {
 Guías turísticas
 Libros
 Revistas
 Internet

e. Investigación y diseño

1) **Destino** {
 Ruta
 Circuito
 Nuevos productos

2) **Motivación** {
 Visita a áreas naturales
 Turismo de aventura
 Observación de aves
 Turismo comunitario

f. Mapeo y graficación

- 1) **Mapeo** { Ubicación de rutas
(Mapas a escala)

g. Planificación

Es la combinación y organización de la mejor manera en paquetes turísticos, los objetivos del viaje y de los recursos de que se dispone a los que se puede recurrir con sus correspondientes restricciones, costos y complicaciones.

La planificación y organización de las rutas del tour, permite aprovechar adecuadamente los recursos humanos, materiales y turísticos, así como valorar las condiciones de las rutas.

E. PUBLICIDAD

1. Generalidades

ESPINAL, R. (2007) dice, Es sin duda el recurso más utilizado por las empresas para comercializar sus productos. Las ventajas que ofrece en relación a otras acciones promocionales, como la venta personal, la promoción de ventas, o las relaciones públicas, la publicidad es una comunicación masiva, sus mensajes llegan al público de una forma rápida y generalizada, permite obtener información que envía el propio público sobre sus gustos y necesidades.

Por ejemplo un destino turístico podría ser "el Paraíso sobre la Tierra" pero si el público no sabe de él, es como si jamás hubiera existido para el resto del mundo.

Así mismo Rodolfo Espinal, enfatiza que se debe tomar muy en cuenta lo siguiente antes de poner la publicidad en cualquier medio.

2. Tipos de publicidad

a. Publicidad de imagen: Este tipo de publicidad se utiliza principalmente para lograr una actitud del comprador hacia la marca, preferiblemente favorable para que esta actitud sea la compra del producto.

b. Publicidad promocional: En este tipo de publicidad lo que se busca es el resultado a corto plazo. Aquí ya no nos referimos tanto a la actitud del consumidor hacia la marca, sino que se basa en incitar al consumidor al acto de compra. La eficacia de este tipo de publicidad se mide por el volumen de ventas del producto que trate.

3. Objetivos de la comunicación publicitaria

Los objetivos de la publicidad están en relación a los niveles de respuesta del receptor que hay que conocer para poder saber cuáles han de ser los objetivos prioritarios de la comunicación.

La respuesta del receptor pasa por tres etapas:

a. Cognitiva: Cuando el receptor tiene conocimiento del producto y de sus características. Aquí corresponden los objetivos de información, familiarización y recuerdo.

b. Afectiva: Es cuando el receptor tiene una actitud hacia el producto, hay que intentar que esa actitud sea positiva y por eso los objetivos han de ser de valorización, de seducción y de persuasión.

c. Comportamental: Después de que el receptor tenga conocimiento del producto y experimente una actitud hacia el, tendrá una respuesta que podrá ser de compra, o simplemente de demanda de información más detallada, etc.

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

El presente estudio se llevó a cabo en el cantón Guano provincia de Chimborazo, ubicado a 8 km de la ciudad de Riobamba

2. Ubicación geográfica¹

ALTITUD: 2720 m.s.n.m

LONGITUD: 78° 33' 46'' Oeste

LATITUD: 01° 36' 16'' Sur

3. Características climáticas²

¹ Mediciones de autor

² Municipalidad de Guano

TEMPERATURA: 13 °C promedio anual.

PRECIPITACIÓN: 311.5 mm/año.

HUMEDAD RELATIVA: 72%.

Clasificación ecológica³

El cantón Guano se ubica dentro de la formación ecológica conocido como estepa espinosa Montano Bajo (ee-MB). (Sierra, 1999).

5. Características del suelo⁴

Suelos profundos y textura que varía de franco arenoso a arena franca, no se ha detectado salinidad y la capa freática se halla a gran profundidad.

Se ha ido identificando como suelos secos serranos y clasificados como pedocales que varían en su color desde grises muy claros en grises muy oscuros.

6. Materiales y equipos

a) Útiles de Oficina

- Libreta de Campo.
- Bolígrafos.
- Papelotes.

b) Equipos

³ Sierra, R. 1999

⁴ Ministerio del Ambiente, 2004.

- Vehículo 4x4.
- Cámara Fotográfica.
- Receptor GPS.
- Computador.
- Impresora.
- Binoculares.
- Proyector multimedia.

B. METODOLOGÍA

La presente es una investigación fundamentalmente aplicada, de tipo no experimental, que se llevó a cabo usando técnicas de investigación bibliográfica y de campo a un nivel exploratorio, descriptivo, analítico y prospectivo; cuyos objetivos se cumplieron de la siguiente manera:

1. Establecer el diagnóstico turístico del cantón Guano

Para establecer el diagnóstico turístico del Cantón Guano, se utilizaron como técnicas de recopilación de información 6 talleres participativos y varias salidas de campo, con el debido análisis procedentes de fuentes secundarias, se socializó y corroboró la misma con la base de datos disponibles en el Centro de Información Turística Municipal, con los cuales se identificaron los ámbitos, biofísico, socioeconómico, organizativo y turístico (atractivos, infraestructura, planta turística, superestructura).

En base a un análisis general de las características principales de los atractivos turísticos, se procedió a realizar la declaratoria de la imagen turística de Guano.

De la misma manera se efectuó tres talleres de análisis participativo en el mes de julio de 2009, con los involucrados en la prestación de servicios turísticos y los representantes de las juntas

parroquiales para desarrollar el FODA, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, sobre la situación actual del turismo en el Cantón Guano, en la misma rama se estableció de forma participativa los problemas y posibles soluciones a las dificultades encontradas.

A través del Sistema de Posicionamiento Global (GPS), se procedió a realizar la georeferenciación de los atractivos turísticos identificados en la matriz de inventarios, los mismos que sirvieron para elaborar los mapas de ubicación y la ruta a seguir, mediante el software Arc View 3.2.

2. Estudio de mercado

a. Segmentación del mercado.

Se definieron los segmentos de mercado a los cuales se aplicaron las encuestas, siendo los mismos turistas nacionales y extranjeros.

b. Determinación del universo y la muestra.

Para la determinación de la muestra se utilizó la fórmula de Canavos (1988), dispuesta a continuación.

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo

PQ= Constante de varianza (0.25)

E= Margen de error (0.08)

k= Constante de corrección del error (1,75)

Se identificaron dos universos de estudio, el primero está conformado por el número de turistas extranjeros que llegaron a la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo en el año 2009, en un número de 8332 turistas, esta información fue considerada por cuanto es una zona desarrollada turísticamente debido a la existencia de datos históricos y parte de su extensión territorial se halla en la jurisdicción del cantón Guano.

El segundo universo lo constituye el número de turistas nacionales que visitaron el Cantón Guano en el año 2009, siendo 16204 visitantes, esta información fue proporcionada por el Centro de Información Turística Municipal, realizando el cálculo con un margen de error del 8% se obtuvo 119 encuestas para cada segmento de mercado.

c. Aplicación de encuestas

Los cuestionarios empleados en las encuestas fueron elaborados con preguntas cerradas (anexos 1 y 2), y las encuestas se aplicaron aleatoriamente (muestreo aleatorio) a los turistas nacionales que llegaron a la cabecera cantonal de Guano, y a los turistas extranjeros que viajaron en grupos organizados para realizar el recorrido en tren y la visita al Volcán Chimborazo y que visitaron la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo, para que los datos sean representativos, las encuestas fueron aplicadas cada semana durante los meses de agosto a septiembre 2009 hasta completar 119 encuestados por cada segmento de mercado como señala la muestra. Los datos se tabularon, organizaron, analizaron y se interpretaron mediante el software SPSS 10.0, finalmente con los porcentajes más representativos se definió el perfil del turista.

Para la determinación de los intervalos en la edad se utilizó la siguiente fórmula.

1) Nacionales

$$\text{INTERVALO} = \frac{\text{Recorrido}}{\# \text{ de grupos (de 5 a 10)}}$$

Recorrido = límite superior (es la edad mayor de los encuestados) – límite inferior (es la edad menor de los encuestados)

$$\text{INTERVALO} = \frac{64 - 17}{7}$$

$$\text{INTERVALO} = 47 / 7$$

$$\text{INTERVALO} = 7$$

Por lo cual los intervalos de edad quedan dados de la siguiente manera.

INTERVALOS (Edad)	NÚMERO DE ENCUESTADOS
17 a 24	18
25 a 32	35
33 a 40	33
41 a 48	12
49 a 56	11
57 a 64	10
TOTAL	119

2) Extranjeros

$$\text{INTERVALO} = \frac{\text{Recorrido}}{\# \text{ de grupos (de 5 a 10)}}$$

Recorrido = límite superior (es la edad mayor de los encuestados) – límite inferior (es la edad menor de los encuestados)

$$\text{INTERVALO} = \frac{79 - 17}{8}$$

$$\text{INTERVALO} = 62 / 8$$

$$\text{INTERVALO} = 8$$

Por lo cual los intervalos de edad quedan dados de la siguiente manera.

INTERVALOS (Edad)	NÚMERO DE ENCUESTADOS
17 a 25	44
26 a 34	39
35 a 43	9
44 a 52	12
53 a 61	8
62 a 70	5
71 a 79	2
TOTAL	119

d. Proyección de la demanda potencial

Para calcular la demanda potencial nacional y extranjera para los próximos 5 años, se utilizó la fórmula del incremento compuesto, considerando una tasa de crecimiento turístico nacional del 6,7% anual. (MINTUR 2009).

Fórmula del incremento compuesto aplicada:

$$Co = Cn (1+i)^n$$

Co= año a proyectar (2009-2013)

Cn= demanda actual: turistas nacionales y extranjeros

i= incremento de turismo nacional e internacional (6,7%)

n= el año a proyectarse (1-5)

e. Identificación y caracterización de la oferta turística

A más de contar con un inventario de atractivos turísticos, fue necesario un taller participativo con el equipo técnico el mismo que facilitó y revisó el listado de los prestadores de servicios (catastro) de hospedaje y alimentación existentes en el cantón (oferta actual), como parte de la cadena de valor para el diseño del producto turístico.

Considerando la información relacionada con la oferta turística particular y comunitaria en el Cantón Guano, se analizó la misma según algunos parámetros del desarrollo de la oferta propuestos por el PLANDETUR 2020, siendo los mismos, atractividad y potencialidad, infraestructuras y equipamiento, facilidades e instalaciones, formación y capacitación.

Para el estudio de la competencia se realizó un análisis del desarrollo turístico a nivel cantonal y provincial en referencia a los elementos del sistema turístico con el afán de reunir criterios para la cooperación y adelanto turístico.

3. Diseño técnico del producto turístico

a. Trabajo de campo

Se realizaron salidas de constatación a los lugares de interés turístico priorizados en el diagnóstico y en el estudio de mercado, con esto se logró calcular tiempos y distancias entre los atractivos, a más de la georeferenciación y fotografías; así mismo se identificaron los servicios turísticos existentes en los diferentes recorridos, la infraestructura, facilidades y equipamiento (alojamiento, transporte, restauración, entretenimiento, etc.), como también las vías óptimas para acceder a los mismos.

b. Diseño de la Ruta.

Se realizó la georeferenciación a través de la toma de puntos a lo largo de las principales vías tomando en cuenta las características del terreno del Cantón Guano que conducen a los diferentes atractivos turísticos mediante varias salidas de campo, utilizando para ello el sistema GPS (Global Position System).

El diseño técnico de la ruta se basó en el esquema propuesto para la implementación de la ruta turística del agua, propuesta por MITUR 2008, en el que se desarrollan los siguientes parámetros:

- Mapeo de la Ruta
- Concepto de la ruta
- Potencialidad turística
- Planta turística disponible
- Requerimientos de la ruta
- Paquetes turísticos operativos

Los paquetes fueron diseñados tomando en cuenta los resultados obtenidos en el estudio de mercado, incluyendo las actividades preferidas por los clientes, el empaquetamiento se realizó en base a los siguientes parámetros:

- Nombre del paquete
- Duración (horas, días, noches)
- Carácter: historia, naturaleza, cultura, aventura
- Tiempo de actividades (inicio, duración)
- Dificultad (fácil, moderado, difícil)
- Definición de itinerarios y descripción de actividades (en orden de visita)
- Requerimientos de la visita
- Costos referenciales
- Mapa y fotografía

En base a fam trips (viajes de familiarización) se comprobó la factibilidad para la ejecución de los paquetes, aquí participaron habitantes del cantón Guano, turistas extranjeros y el equipo técnico de la municipalidad.

4. Definir las estrategias de difusión y publicidad

Una vez estructurado el producto turístico se definieron las estrategias de difusión y publicidad con la que la municipalidad podrá dar a conocer su producto en el mercado turístico.

V. RESULTADOS

A. **DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL CANTÓN GUANO**

1. Aspecto Biofísico

a. **Ubicación y Extensión.**

El territorio del cantón Guano se localiza en la sierra central ecuatoriana, a 8 Km. de la ciudad de Riobamba, al norte de la provincia de Chimborazo, posee una superficie total de 473.3 Km² que representa el 7% de territorio de la provincia de Chimborazo, y en él se localizan los siguientes elevaciones:

- Volcán Chimborazo, con una altitud de 6.310 m.s.n.m. (es el volcán más alto del Ecuador)
- Cordillera del Igualata, con una altitud aproximada de 4.400 m.s.n.m.
- Loma de Langos, con una altitud de 2.800 m.s.n.m.

La altitud del territorio del cantón Guano varía desde los 2.530 m.s.n.m, (parroquia urbana El Rosario), hasta los 6310 m.s.n.m. (Volcán Chimborazo).

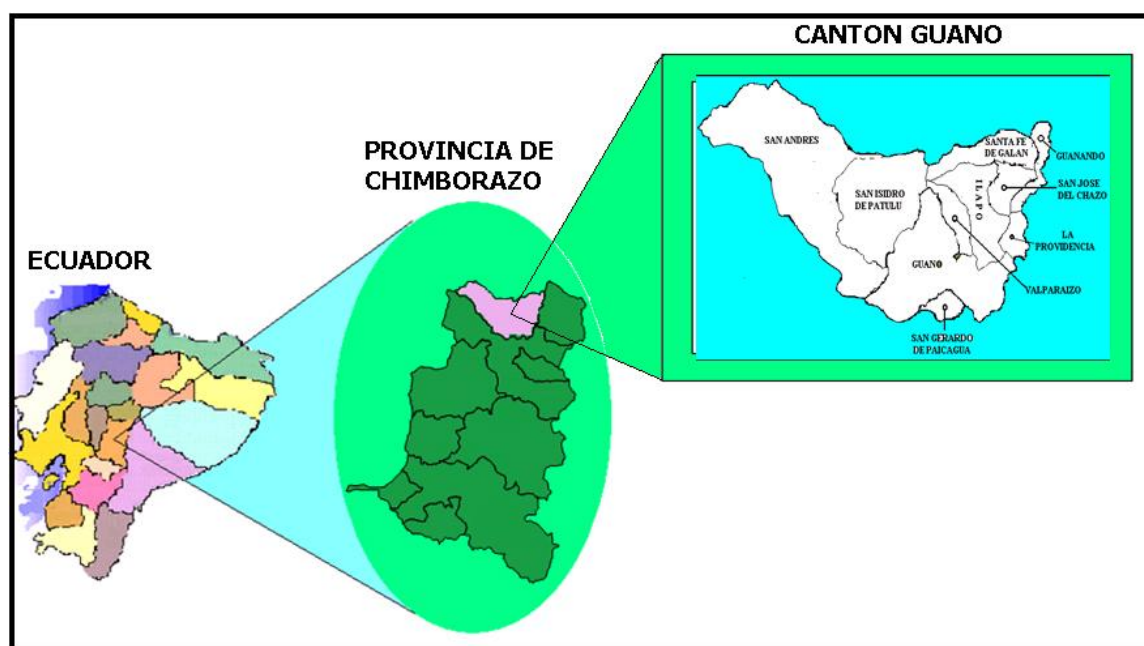


Gráfico N° 01: Ubicación del Cantón Guano

Fuente: I.M. Guano, iTur.

b. Límites.

Los límites del cantón son:

- Al Norte, la provincia del Tungurahua, la montaña del Igualata, el río Huahua Yacu y el río Mocha;
- Al este, el río Chambo y el cantón Penipe.
- Al sur, el cantón Riobamba y la quebrada las Abras.
- Al oeste, la Provincia de Bolívar y el cantón Riobamba.

c. Clima

Considerando la clasificación climática, el subtipo climático correspondiente a la ciudad de Guano es el templado - lluvioso, con una estación seca y verano frío, según datos del mapa climatológico del Ecuador publicado por el INAMHI.

h. Hidrografía

El Río Guano recorre el cantón de oeste a este, tiene sus orígenes en las faldas del Chimborazo, es abastecido por vertientes como las de San Pablo y los riachuelos de Asaco, El Ángel, Chocon y Sabañag. Después de su trayectoria por la parroquia Cubijés del cantón Riobamba, desemboca en el río Chambo, sin duda el más importante del cantón, continuando finalmente su avance por las parroquias de Penipe, Guanando y El Altar.

i. Altitud

El cantón Guano posee varios nichos agroecológicos que se ubican a diferentes alturas, con diverso clima e hidrografía. Esta diversidad influye en las características y potencial productivo. En el territorio del cantón se localizan tres zonas productivas, las mismas que se ubican a alturas que van desde los 2400 m.s.n.m hasta los 3800 m.s.n.m.

La zona baja se sitúa entre los 2400 m.s.n.m. y los 3000 m.s.n.m; la zona media se ubica desde los 3050 m.s.n.m hasta los 3500 m.s.n.m; y la zona alta sobre los 3500 m.s.n.m. Este aspecto origina una variedad climática que posibilita el desarrollo de una amplia gama de actividades agropecuarias.

Cuadro N° 01. Zonas altitudinales de producción por parroquia del Cantón Guano

Parroquia	Baja	Media	Alta
Ilapo	3100	3500	3800
Santa fe de Galán		2500	3560
San Isidro de Patulú	2500	3000	3200
San José de Chazo	2700	2900	3200
Valparaíso	3050	3500	3600
La Providencia	2500	3200	
San Andrés	2700	2900	3500
Guanando	2400	3000	3500
El Rosario	2530		
Guano (Parroquia Matriz)	2530		
San Gerardo	2700	2900	3000

Fuente: I.M. Guano.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

En todas las parroquias del cantón se reconocen estas tres zonas; a excepción del centro poblado la Matriz y el Rosario que están localizadas en la zona baja.

j. Orografía

El Cantón Guano tiene una orografía muy irregular y se pueden encontrar formas planas, onduladas y quebradizas con poca pendiente en la zona baja, laderas y quebradas con pendientes pronunciadas en la zona alta; mientras que en la zona media encontramos terrenos planos, lomas y laderas con poca pendiente.

La erosión del suelo se relaciona con la topografía del terreno, ya que el grado de pendiente incide sobre la acción que la lluvia y el viento ejercen sobre el mismo. En el cuadro N° 02 se observa que existe mayor pendiente en la zona media (factor importante que determina la erosión del suelo en esta zona).

Cuadro N° 02. Orografía del Cantón Guano y sus parroquias

PARROQUIA	Bajo	Medio	Alto
Ilapo	Quebradizo con pendiente	Quebradizo con pendiente	Quebradizo con poca pendiente
Santa fe de Galán		Quebradizo con pendiente	Plano, laderas con pendiente
San Isidro de Patulú	Ondulado con pendiente	Regular con laderas	Plano, laderas con pendiente
San José de Chazo	Ondulado con poca pendiente	Plano y laderoso	Plano y laderoso
Valparaíso	Plano con ondulaciones y laderas	Laderoso	Laderoso con pendientes pronunciadas
La Providencia	Plano con quebradas	Plano con quebradas	
San Andrés	Plano y laderoso	Plano y laderoso	Laderas y lomas con poca pendientes
Guanando	Quebrado, plano y laderoso	Quebrado, plano y laderoso	Plano con lomas con poca pendientes
El Rosario	Plano y laderoso		
Guano	Plano y laderoso		
San Gerardo	Plano con quebradas	Plano con quebradas	Laderoso con pendientes pronunciadas

Fuente: I.M. Guano, dpt. Obras Públicas.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

k. Tipo de suelo

En el Cantón Guano la superficie del terreno está formada por cenizas volcánicas, su suelo tiene características fértiles y se halla bajo la influencia de algunos factores como: la altura, orografía, clima, vegetación, la cantidad materia orgánica, etc.

La zona baja se caracteriza por la presencia de suelos arenosos, al igual que en la zona media, pero combinada con el franco arenoso, arenoso con greda, y arcilloso. En la zona alta se encuentra el suelo negro de páramo.

Cuadro N° 03. Tipos de suelos por parroquias de acuerdo a la zona geográfica

PARROQUIA	Bajo	Medio	Alto
Ilapo	Arenoso	Franco-arenoso	Suelo negro
Santa fe de Galán		Arcilloso	Suelo negro
San Isidro de Patulú	Arenoso	Arenoso breña	Suelo negro
San José de Chazo	Arenoso	Arenoso breña	Suelo negro gredoso
Valparaíso	Arenoso barro	Arenoso barro	Suelo negro
La Providencia	Arenoso	Arenoso	
San Andrés	Arenoso	Arenoso y suelo negro	Suelo negro
Guanando	Arcilloso-arenoso	Arenoso	Suelo negro
El Rosario	Arenoso		
Guano	Arenoso		
San Gerardo	Arenoso	Arenoso	Suelo negro

Fuente: I.M. Guano, dpt. Obras Públicas.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

La actual actividad volcánica del Tungurahua ha provisto de material nuevo a los suelos de la región produciendo cambios en la edafología del mismo.

2. Aspecto Socioeconómico

a. Población.

La población del Cantón Guano, según el Censo del 2001, representa el 9,4% del total de la Provincia de Chimborazo; ha crecido en el último periodo intercensal 1990-2001, a un ritmo del 0,2% promedio anual, en la cual la población cantonal se encontraba distribuida de la siguiente forma:

Población Total: 37888 habitantes

Población Urbana: 6872 habitantes

Población Rural: 31016 habitantes

Hombres: 17952 habitantes.

Mujeres: 19936 habitantes.

b. Parroquias Urbanas y Rurales.

Guano está constituido por 11 Parroquias: 2 urbanas y 9 rurales.

1) **Parroquias Urbanas:** La Matriz y el Rosario.

2) **Parroquias Rurales:** San Andrés, San Isidro, Valparaíso, Ilapo, San Gerardo, San José de Chazo, La Providencia, Guanando, Santa Fe de Galán.

c. La población económicamente activa (PEA)

En el cantón de Guano existe una población laboral de 16.013 personas, según el VI Censo Nacional de Población del 2001; de los cuales el 19.5%, es decir 3.130 personas que laboran están en el área urbana, y el 80% ósea 12.882 personas que trabajan se hallan en el área rural. El 59% de la población económica activa es masculina, mientras que las mujeres ocupan un lugar muy importante en la PEA, pues alcanza el 45.59%.

Cuadro N° 04. Población Económicamente Activa (PEA)

CANTON	CHIMBORAZO		GUANO	
	No.	%	No.	%
PEA total (% sobre PT)	159.589	39,5%	16.013	42,3%
PEA urbana (% sobre PEA total)	60.550	37,9%	3.130	19,5%
PEA urbana (% sobre PU)		38,4%		45,5%
PEA rural (% sobre PEA total)	99.039	62,1%	12.883	80,5%
PEA rural (% sobre PR)		40,3%		41,5%
PEA hombres (% sobre PEA total)	95.271	59,7%	9.591	59,9%
PEA hombres (% sobre PH)		44,7%		53,4%
PEA hombres urbano (% sobre PEAH)	35.459	37,2%	1.703	17,8%
PEA hombres urbano (% sobre PEAU)		58,6%		54,4%
PEA hombres rural (% sobre PEAH)	59.812	62,8%	7.888	82,2%
PEA hombres rural (% sobre PEAR)		60,4%		61,2%
PEA mujeres (% sobre PEA total)	99.039	62,1%	6.422	40,1%
PEA mujeres (% sobre PM)		51,9%		32,2%
PEA mujeres urbano (% sobre PEAM)	39.227	39,6%	1.427	22,2%

Fuente: INEC 2001

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

d. Nivel educativo

La estructura actual del sistema educativo Ecuatoriano comprende 3 niveles:

Cuadro N° 05. Estructura del Sistema Educativo

Nombre	Siglas
Educación Básica	(EB)
Educación media	(EM)
Educación superior	(ES)

En la ciudad de Guano el nivel de escolaridad promedio es de 5,62 años, es decir la población tienen un nivel de instrucción promedio que ha superado el 5^{to} año de educación básica. Apenas el 55,84 % de la población de 12 años y mas tiene primaria completa. La población de 18 años y más que ha logrado terminar la secundaria equivale al 11,87%, la población con nivel de instrucción superior alcanza el 8,71%. En el siguiente cuadro se presentan estos detalles:

Cuadro N° 06. Nivel de instrucción de la población en el Cantón Guano

EDUCACIÓN – POBLACIÓN	Medida	Guano
Escolaridad	Años de estudio	5,62

Escolaridad - hombres	Años de estudio	6,31
Escolaridad - mujeres	Años de estudio	5,09
Primaria completa	%(12 años y más)	55,84
Primaria completa - hombres	%(12 años y más)	63,91
Primaria completa - mujeres	%(12 años y más)	49,37
Secundaria completa	%(18 años y más)	11,87
Secundaria completa - hombres	%(18 años y más)	13,72
Secundaria completa - mujeres	%(18 años y más)	10,43
Instrucción superior	%(24 años y más)	8,71
Instrucción superior - hombres	%(24 años y más)	10,79
Instrucción superior - mujeres	%(24 años y más)	7,11

Fuente: INEC 2001

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

e. Principales actividades económicas del sector

En la actualidad existen muy pocas actividades urbanas consideradas como actividades productivas generadoras de empleo y que contribuyen al desarrollo económico del cantón.

Es así que desde la antigüedad Guano se ha caracterizado por la habilidad de su gente en confeccionar artesanías dando lugar más tarde a las asociaciones que se han creado para trabajar en forma comunal encaminados al desarrollo comunitario, al fortalecimiento de la organización social, mediante su participación directa en la toma de decisiones y trabajos a realizar para mejorar la calidad de vida. Las asociaciones locales son la instancia más cercana a los ciudadanos. Por ello, son actores claves en la solución de los problemas, para fomentar y apoyar la sensibilización sobre el turismo en este caso artesanal adaptado a las necesidades culturales de la comunidad.

La actividad principal del Cantón es básicamente la agricultura 47,3%, el comercio 8,8%, el resto de actividades están debajo del 8.8% y son: servicios y la construcción. La estabilidad laboral depende de la rama de la actividad económica, siendo la agricultura la actividad más estable ya que las familias involucradas en esta rama desempeña su trabajo por cuenta propia, la cual está ligada a la propiedad de la tierra, sin embargo las nuevas generaciones ya no desean dedicarse a esa actividad.

f. Ingresos

En el Cantón Guano existen 3 actividades que generan ingresos a sus habitantes:

1) Actividad Agropecuaria: Las estrategias productivas de las familias del cantón dependen, en primer instancia, de la importancia relativa de cada una de los recursos que poseen (naturales, humano, capital, tecnología, etc.), por ello su sistema de producción es diversificado, siendo sus principales actividades productivas la agricultura y ganadería.

La tierra de uso agrícola está distribuida para los cultivos prioritarios como el maíz suave-seco con el 33.37%, el maíz suave cholo con 9.63%, la papa con el 23.29% es el primer rubro de carácter comercial, la cebada con 12.49%, la cebolla colorada con un 6.34%, cada uno de ellos satisface el autoconsumo y generan ingresos familiares.

En la mayoría de parroquias rurales del Cantón Guano la economía de las familias se complementa con la producción pecuaria. La importancia que alcanza la misma depende de la zona geográfica. La producción pecuaria se orienta hacia la cría de especies menores como cuyes, conejos, aves de corral y de especies mayores como ganado bovino, porcino y ovino. Una parte

significativa de la producción se destina al autoconsumo y la otra parte a la generación de ingresos complementarios familiares, especialmente por la comercialización de la carne y la leche.

Cuadro N° 07. Cabezas de especies pecuarias a nivel del cantón

Especies pecuarias	UPAs	Cabezas	% Cabezas
GANADO VACUNO	4.955	21.057	15%
GANADO PORCINO	4.652	11.404	8%
CAPRINO	4.652	11.404	8%
ALPACAS	17	67	0%
LLAMAS	41	419	0%
CONEJOS	2.974	27.154	19%
CUYES	4.734	70.670	50%
TOTAL DE CABEZAS	22.025	142.175	100%

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario 2000

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

2) **Migración:** Dependiendo de la disponibilidad de los recursos para la producción agrícola el régimen ocupacional como se mencionó anteriormente se complementa con la actividad pecuaria, básicamente de subsistencia y con los flujos migratorios fuera del cantón, aspecto importante que aporta a la económica familiar.

Una de los factores que provoca la migración es el escaso ingreso que se obtienen de la producción agropecuaria, debido a la falta de apoyo directo por parte del los gobiernos de turno, en los ámbitos de gestión microempresarial, sanitarios, tecnológicos entre otros.

Cuadro N° 08. Tipos de Migración

Parroquia	%Migración					
	Temporal		Migración		permanente	
	Estudio	diaria	Estudio	periódica	Estudio	trabajo
Ilapo	50%	30%	20%	10%	0%	20%
Santa Fe de Galán	0%	0%	0%	60%	0%	10%
San Isidro de Patulú	60%	70%	0%	2%	0%	50%
San José de Chazo	0%	0%	0%	2%	0%	0%
Valparaíso	3%	3%	5%	6%	0%	40%
La Providencia	50%	50%	0%	0%	0%	50%
San Andrés	80%	80%	10%	10%	0%	10%
Guanando	0%	0%	0%	30%	0%	40%
El Rosario	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Guano	0%	0%	0%	0%	0%	0%
San Gerardo	70%	60%	10%	30%	0%	10%
Promedio	28%	27%	4%	14%	0%	21%

Fuente: INEC 2001

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

La migración temporal diaria se refiere a la salida de una parte de la población a las ciudades cercanas, para estudiar o realizar algún tipo de trabajo, en este caso, salen de su territorio por la mañana y retornan por la noche, esto acontece en las parroquias cercanas a Riobamba como San Andrés 80%; San Gerardo 70%, San Isidro de Patulú 60%; y un 50% en Ilapo y La Providencia.

La migración Periódica se refiere a la población que se traslada a sectores distantes a vender su fuerza de trabajo en distintas actividades por un periodo mayor a un mes, este tipo de emigración se produce una vez terminada la época de siembra en sus parcelas y su retorno coincide con la época de cosecha o para la celebración de festividades; este tipo de migración se observa en Santa Fe de Galán en un 60%; en Guanando y San Gerardo un 30%.

Otro caso es el de un gran número de estudiantes que se quedan una semana, quince días y hasta un mes en la ciudad donde estudian. Las familias que adoptan esta forma migración se localizan en las parroquias; de Ilapo en un 20%, San Andrés y San Gerardo con el 10% y un 5% en Valparaíso.

La migración permanente se refiere a los emigrantes que fijan su residencia en otro lugar en forma definitiva, ya sea a nivel nacional o internacional, contagiado por la ola migratoria que se ha venido dando en nuestro país. Este hecho se presenta sobre todo en un alto porcentaje en San Isidro de Patulú y La Providencia con un 50%; San Andrés y San Gerardo 10% ; seguidos por las parroquias de Valparaíso y Guanando con un 40%, la parroquia de Ilapo con el 20% y Santa fe de Galán con un 10%, estas parroquias han sido fuertemente afectadas por la caída de ceniza del Volcán Tungurahua.

Los flujos migratorios por trabajo se dirigen a determinadas ciudades o regiones del país, así tenemos que el 29% de la gente emigra a Riobamba, 25% se dirige a Quito, el 21% a Guayaquil, el 13% al Oriente, y porcentaje igual al 4% se dirige a las ciudades de Cuenca, Ambato y a la región Insular. Cuando la gente del cantón se dirige al exterior prefiere como destino de trabajo España con un 57%; Italia con 29%; y Estados Unidos con un 14%.

Las actividades desarrolladas por la gente emigrante tienen relación con sus actividades de origen y sus conocimientos adquiridos, existiendo diferencias en los trabajos realizados por hombres y mujeres; los hombres trabajan en la agricultura un 26%; en la construcción un 26%, como transportistas un 9%; el trabajo que realizan las mujeres se relacionan con los servicios domésticos en un 17% al igual que la comercialización 17% y la actividad agroindustrial es indistinta en un 4%.

3) Actividad Comercial: A Guano se le ha denominado la “Capital Artesanal” del Ecuador, este es uno de los aspectos que tradicionalmente ha provocado la visita de gran número de

turistas, los mismos que acuden a Guano en búsqueda de artículos de cuero, de las conocidas alfombras de Guano y prendas de vestir.

Dentro de las actividades productivas del cantón, podemos mencionar al sector artesanal, como generador de ingresos económicos sobre todo en las parroquias La Matriz y El Rosario siendo el casco comercial en la zona urbana, en el mismo se concentra la planta turística considerado también un promotor de fuentes de empleo y parte de la cadena de valor turístico, ya que los turistas al llegar a Guano, no solo visitan sus atractivos sino también se divierten, se alimentan, compran recuerdos, artesanías, es decir existe un movimiento económico.

El sector alfombrero tuvo su auge en la década de los 80, actualmente existe contados telares tradicionales los mismos que exponen sus productos cada día así como también participan en ferias nacionales e internacionales. Las demás actividades artesanales como la confección de ropa y calzado se mantienen muchas de ellas seleccionan su mercado a nivel local y nacional siendo su canal de comercialización directo, otras actividades como las artesanías de cabuya se han ido convirtiendo en un recuerdo, la tecnología y el uso de fibras sintéticas como el plástico dejaron atrás el arduo proceso de transformación de la materia prima como era la cabuya, en la localidad de San Pablo, aún se mantiene la tradición artesanal en piedra y en San Gerardo el proceso artesanal de la totora.

Asimismo existen otras actividades comerciales que se dirigieron a nuevos emprendimientos como la gastronomía turística, el comercio, el transporte, o el comercio formal e informal dentro y fuera del cantón.

Cuadro N° 9. Locales comerciales y artesanales del Cantón Guano.

NOMBRE	ARTICULOS QUE OFRECE
Alfombras Tingo	Alfombras, rodapiés

Alfombras Allauca	Alfombras, rodapiés, alpacas
Alfombras Allauca pancho jr.	Alfombras, rodapiés
Alfombras la Guaneñita	Alfombras, rodapiés, chompas, artesanías
Alfombras Pancho	Alfombras, chompas de cuero, alpacas
Alfombras y Artesanías Pancho	Alfombras, rodapiés, alpacas, suéteres
Almacén Ciudad de las Fuentes	Alfombras, alpacas, tapices, suéteres
Artesanías Bummen	Artesanías en balsa, tagua, madera dura, cuero
Artesanías San Pedro	Alfombras, rodapiés, chompas, artesanías
Calzado Belén	Calzado
Calzado Espinoza	Calzado
Calzado Guijarro	Calzado
Calzado Jefferson	Calzado
Calzado Marielita	Calzado, artículos de cuero
Centro comercial Zela Altamirano	Alfombras, chompas de cuero y tela, artesanías
Chompas Altamirano	Chompas
Chompas Gespat	Chompas
Creaciones Jhorman Sports	Chompas
Creaciones Lucy's	Chompas de cuero
Creaciones Marielita	Chompas, artículos de cuero
El Alce	Artículos de cuero
Centro artesanal Gato Negro	Artículos de cuero
La Casa de las Alfombras	Alfombras, rodapiés, alpacas
Las Mejores Alfombras	Alfombras, rodapiés, alpacas
Tenería romero	Artículos de cuero

Fuente: Cámara Artesanal de Guano.

Autor: Francisco Ordóñez.

En lo que se refiere a lugares comerciales tiene incidencia directa la municipalidad en los diferentes cobros de patentes y permisos de funcionamiento, al igual que los respectivos procedimientos financieros en el Servicio de Rentas Internas, y la Cámara Artesanal del cantón.

Como se puede apreciar en el cuadro la actividad de confección artesanal de alfombras constituye el 40% de desenvolvimiento comercial, el calzado un 20%, la confección de artículos de cuero un 28% y el proceso de artículos de telas y lanas un 40%.

g. Servicios Financieros

La Ciudad de Guano cuenta con entidades financieras, las cuales presta sus servicios a los habitantes de la cabecera cantonal estas son: la Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba y la Cooperativa de Ahorro y Crédito El Sagrario.

3. Aspecto organizativo

La organización social agrupa a un conjunto de personas que fijan objetivos alrededor de la organización, y en la misma se desarrollan las relaciones entre los actores involucrados en la misma y con el entorno.

La principal institución pública del cantón es el Municipio, el mismo que progresivamente ha ido incorporando nuevas funciones y competencias (ej: turismo) que buscan apuntalar desde diversos ámbitos el desarrollo del cantón.

En el Cantón Guano están presentes las siguientes instituciones públicas:

Cuadro N° 10. Instituciones públicas presentes en el Cantón Guano

Institución
Ilustre Municipio de Guano
Patronato Municipal (el mismo que depende del Ilustre Municipio de Guano)
Fondo de Desarrollo Infantil (FODI, que depende del Patronato Municipal)
Ministerio de Salud Pública (trabaja en el cantón a través del área número 6 de la Dirección Provincial de Salud)
Ministerio de Educación y Cultura (trabaja en el cantón a través de las Direcciones de Educación Hispana y Bilingüe, de las cuales dependen los establecimientos de educación pre primaria, primaria y secundaria)
Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)
Correos Nacionales
Notaria Primera
Notaria Segunda
Comando de Policía de Guano
Unión Nacional de Educadores (UNE Guano)
Centro Agrícola Cantonal de Guano
Registro de la Propiedad,
Registro Civil del cantón (con oficinas en varias parroquias del cantón)
Jefatura Política del Cantón Guano
Cuerpo de Bomberos del cantón Guano
Juzgados del cantón Guano
Comando de Policía del cantón
Empresa Eléctrica Riobamba (EERSA)
Junta Parroquial y Tenencia Política de San Andrés
Junta Parroquial y Tenencia Política de San Isidro,
Junta Parroquial y Tenencia Política de San Gerardo
Junta Parroquial y Tenencia Política Valparaíso
Junta Parroquial y Tenencia Política de Santa Fe de Galán

Junta Parroquial y Tenencia Política San José de Chazo
Junta Parroquial y Tenencia Política de Guanando
Junta Parroquial y Tenencia Política de La providencia
INNFA
Pastoral de Guano
Instituto de Educación Especial Laboral Monseñor Víctor Corral Mantilla
Corporación de las Juntas de Regantes del Sistema de Riego Chambo Guano
Corporación Parlamentaria del Cantón Guano

Fuente: I.M. de Guano

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

Las organizaciones privadas presentes en el cantón son las siguientes:

Cuadro N° 11. Organizaciones privadas presentes en el Cantón Guano

Organización
Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba Ltda.
Cooperativa de Ahorro y Crédito El Sagrario Ltda.
Cámara Artesanal de Guano
Sociedad Obrera El Rosario Guano
Comunicaciones ANDERCOL S.A.
Cooperativa de Transportes 20 de Diciembre
Cooperativa de Transportes Andina
Fundación Género Solidaridad y Desarrollo (GSD)
Cooperativa San Isidro
Fundación Época Puntaditas de Oro
Fundación Época Picapiedras
Productos Lácteos Puleva (Ilapo)
Banco Nuestra Señora de Lourdes (Batzacon)

Fundación Desarrollo Banco de Desarrollo Comunitario Corazón de Jesús Tahuallag
Banco de Mujeres Comunal Tunsalao
Cooperativa Rural La Silveria
Audifibras AISLAM
Cooperativa de Transportes San Gerardo
Andifibras (Finca)
Fabrica de quesos Cóndor Samana
Pana Vial
Lácteos El Ilapeño
Despacho Parroquial, Organización de Mujeres Vida Dignidad (Ilapo)
Megabus San Andrés
Fabrica de Vidrios Langos San Andrés
Fabrica de Bloques en San Andrés
Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Anita
Federación de Organizaciones Indígenas de las Faldas del Chimborazo
VISION MUNDIAL, Plan de Desarrollo de Área UOCIC
Centro de Promoción y Empleo para el Sector Informal Urbano (CEPESIU)
Ayuda en Acción en ILAPO
Asociación de trabajadoras Autónomas de la Parroquia de Guanando.
Corporación de Organizaciones Campesinas de Chuquipogio
Asociación Gastronómica y afines de Guano
Corporación de Organizaciones Indígenas y Campesinas del Norte de Guano (COIGANG)
Corporación de Productores Agrícolas de Guano
Cámara artesanal de Guano
Consorcio de agua 5 de junio
Asociación Llamingueros
Acequia Camacho Baus
Fundación de desarrollo Integral Comunitario Condor Huasi

Unión Territorial educativa
Sociedad Obrera "San José de Socorros Mutuos"
Cooperativa Servicios Múltiples AGROVID
Sociedad Obrera "El Rosario"
Pre Asociación de productores de Tuna Cochinilla
Pre Cooperativa de Artesanos de La Tatora
Fundación Pastaza
Fondo Ecuatoriano Populorum Progersio (feep)
Central Ecuatoriana de Servicios Agrícolas (CESA)
Fundación Ecuménica para el Desarrollo Integral, Capacitación y Educación (FEDICE)

Fuente: I.M. de Guano

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

4. Aspecto Ambiental.

a. Biodiversidad

A continuación se detalla la flora y fauna representativa del cantón:

1) Flora

Por ser una zona templada aquí encontramos una gran variedad de plantas ya sean propias de la zona y también introducidas.

Cuadro N° 12. Flora representativa del Cantón Guano.

Nombre Común	Nombre Científico	Familia	Usos
Achicoria de páramo	<i>Hypochaeris sesiliflora</i>	Asteraceae	Medicina

Lancetilla de páramo	<i>Castilleja pumilea</i>	Scrophulareaceae	Medicina
Romerillo	<i>Hypericum laricifolium</i>	Hypericaceae	Medicina
Papa	<i>Solanum tuberosum</i>	Solanaceae	Alimentación
Guanto	<i>Datura sanguinea</i>	Solanaceae	Medicina
Ají colorado	<i>Capsium longum</i>	Solanaceae	Medicina
Tomate de árbol	<i>Cyphomandra betacea</i>	Solanaceae	Alimentación
Oca	<i>Oxalis tuberosa</i>	Oxalidaceae	Alimentación
Melloco	<i>Ullcus tuberosus</i>	Basselaceae	Alimentación
Mashua	<i>Tropaeolum tuberosum</i>	Tropaeolaceae	Alimentación Medicina
Ashpa chocho	<i>Lupinus pubescens</i>	Fabaceae	Ganadería
Buganvilla	<i>Buganvillea venaerea</i>	Nyctagenaceae	Ornamentación
Diente de León	<i>Taraxacum oficinales</i>	Asteraceae	Medicina
Fucsia	<i>Fucsia loxensis</i>	Onagraceae	Ornamentación
Zapatitos de Bebé	<i>Calceolaria tripartita</i>	Schrophulareaceae	Ornamentación
Estrella de páramo	<i>Euphorbia pulcherima</i>	Euphorbiaceae	Medicina
Supirosa	<i>Lantana cámara</i>	Vervenaceae	Ornamentación
Higuerilla	<i>Ricinus communis</i>	Euphorbiaceae	Ornamentación
Lechero	<i>Euphorbia laurifolia</i>	Euphorbiaceae	Ornamentación
Eucalipto	<i>Eucalyptus globulus</i>	Myrtaceae	Forestación Medicina
Sauce	<i>Salix humboltiana</i>	Salicaceae	Medicina
Totora	<i>Scirpus californicus</i>	Cypericaceae	Industria
Cholan	<i>Tecoma stans</i>	Bignonaceae	Ornamentación
Violeta	<i>Viola odorata</i>	Violaceae	Ornamentación
Capulí	<i>Prunus serótina</i>	Rosaceae	Alimentación
Mora andina	<i>Rubis adenotrichus</i>	Rosaceae	Ornamentación
Sábila	<i>Aloe Vera</i>	Litiaceae	Medicina
Taxo	<i>Pasiflora mixta</i>	Passifloraceae	Alimentación
Quishuar	<i>Buddleia incana</i>	Loganiaceae	Forestación
Árbol de papel	<i>Polylepis incana</i>	Rosácea	Forestación
Orejas de conejo	<i>Senecio canescens</i>	Asterácea	Ornamentación
Licopodio	<i>Hurpezia crassia</i>	Licopodaceae	Medicina
Romerillo	<i>Calceolaria ericoides</i>	Scrophulareaceae	Medicina
Chuquiragua	<i>Chuquiragua jussieui</i>	Asterácea	Medicina
Cachos de Venado	<i>Halenia weddeliana</i>	Gentianaceae	Ornamentación

Quinoa	<i>Chenopodium quinoa</i>	Chenopodiaceae	Alimentación
Higo	<i>Picus carica</i>	Moraceae	Alimentación
Tuna	<i>Picus indica</i>	Cactaceae	Alimentación
Araucaria	<i>Araucaria imbricata</i>	Araucariaceae	Forestación
Pino	<i>Pinus radiata</i>	Pinaceae	Forestación
Molle	<i>Shinus molle</i>	Anacardiaceae	Forestación

Fuente: Mercedes Guevara. 2004

2) Fauna

Por la intervención del hombre las especies animales se han vuelto vulnerables a su disminución por lo cual se debe fomentar la educación ambiental, la fauna representativa del Cantón se detalla a continuación:

Cuadro N° 13. Fauna representativa del Cantón Guano

Nombre Común	Nombre Científico
Venado de cola blanca	<i>Odocoileus virginianus</i>
Conejo de páramo	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>
Raposa	<i>Maranosa robinsoni</i>
Zorro	<i>Didelphys marsupiales</i>
Murciélago	<i>Lonchorinha aurita</i>
Lobo de páramo	<i>Pseudalopex culpaeus</i>
Llama	<i>Glama lama</i>
Alpaca	<i>Glama pacus</i>
Vicuña	<i>Vicugna vicugna</i>
Sacha cuy	<i>Stictomys taczanawskii</i>
Chucuri	<i>Mustela frenata</i>

Fuente: Mercedes Guevara. 2004

3) Aves

Cuadro N° 14. Avifauna del Cantón Guano

Nombre Común	Nombre científico
Colibrí Estrella Ecuatoriana	<i>Oreotrochilus chimborazo</i>
Colibrí	<i>Coeligena sp</i>

Pájaro brujo	<i>Pyrocephalus rubinus</i>
Quilico	<i>Falco sparverius</i>
Veranero- Gligle	<i>Vanellus resplendens</i>
Frigilo Plomizo	<i>Phrygilus plebejus</i>
Cara cara- Curiquingue	<i>Phalacroboenus carunculatus</i>
Pato Punteado	<i>Anas flavirostris</i>
Becasina	<i>Gallinago gallinago</i>
Gaviota Andina	<i>Larus serranus</i>
Gorrión	<i>Zonotrichia capensis</i>
Tortola	<i>Zenaida auriculata</i>
Golondrina	<i>Notiochelidon cyanoleuca</i>
Mirlo	<i>Turdus fuscater</i>
Quinde	<i>Lesbia victorae</i>
Guarro	<i>Geranoaetus melanoleucus</i>
Solitario	<i>Myiotherestes striaticollis</i>
Torcaza	<i>Columba plumbea</i>

Fuente: Mercedes Guevara. 2004

Aspecto Turístico

El siguiente análisis del diagnóstico turístico cantonal se realizó en base a los cuatro elementos del sistema turístico como son atractivos, infraestructura, planta turística y superestructura, los mismos que se detallan a continuación:

a. Atractivos

El cantón Guano cuenta con treinta y cinco atractivos inventariados (Cuadro N° 15) de ellos 15 (42,86%) son naturales y 20 (57,14 %) son culturales. En lo que se refiere a atractivos naturales se detalla que en tipo ríos se tiene un 20%, tipo montaña corresponden el 33,33%, sistema de áreas protegidas un 1%, fenómenos geológicos un 13,33%, aguas subterráneas el 1%, ambientes lacustres el 1%, fenómenos espeleológicos el 1% y tipo bosque un 1%; los atractivos culturales

corresponden al tipo etnografía el 30%, históricos el 35%, arquitectura y espacios urbanos el 30% y realizaciones artísticas contemporáneas el 1%. El estado de conservación de los atractivos a Agosto del 2009 es el siguiente: el 14,28% se encuentra alterado y con relación al estado del entorno, el 85,72% se encuentra conservado.

En relación a las jerarquías turísticas alcanzadas por los atractivos se puede indicar que el 25,71% corresponde a la jerarquía I, el 65,71% a la jerarquía II, el 5,71% a la jerarquía III y el 1% a la jerarquía IV.

Cuadro N° 15. Inventario de Atractivos culturales y naturales del Cantón Guano

NOMBRE	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	LOCALIZACIÓN Latitud/longitud	ALTITUD	JERARQUÍA
CASCADA DE CÓNDOOR SAMANA	SITIOS NATURALES	RÍOS	CASCADA	SAN ANDRES 9839642/749239	4052	II
VOLCÁN CHIMBORAZO	SITIOS NATURALES	MONTAÑAS	ALTA MONTAÑA	SAN ANDRES 9837093/740479	6310	IV
TEMPLO MACHAY	SITIOS NATURALES	MONTAÑAS	ALTA MONTAÑA	SAN ANDRES 9834605/741921	4555	II
RESERVA DE PRODUCCIÓN FAUNÍSTICA DE CHIMBORAZO	SITIOS NATURALES	SISTEMA DE ÁREAS PROTEGIDAS	RESERVA DE PRODUCCIÓN FAUNÍSTICA	SAN ANDRES	3800 A LOS 6310	III
ENCAÑONADO DE ABRASPUNGO	SITIOS NATURALES	RÍOS	ENCAÑONADO	SAN ANDRES 9838930/749981	4161	II
VERTIENTES DE SANTA ELENA	SITIOS NATURALES	RÍOS	FUENTES	SAN ANDRES 9824206/754519	3035	I
PIEDRA DE SANTIAGO RUMI	SITIOS NATURALES	FENÓMENOS GEOLÓGICOS	ROCAS	LA PROVIDENCIA 9826603/772871	2745	I
PIEDRA DE SANTO RUMI	SITIOS NATURALES	FENÓMENOS GEOLÓGICOS	ROCAS	VALPARAÍSO 9825967/762122	3048	I
BALNERARIO LOS ELENES	SITIOS NATURALES	AGUAS SUBTERRÁNEAS	AGUAS MINERALES	LA MATRIZ 9821018/766064	2586	II
COLINA DE LLUISHI	SITIOS NATURALES	MONTAÑAS	CORDILLERA	EL ROSARIO 9822484/761977	2760	II
LAGUNA DE VALLE HERMOSO	SITIOS NATURALES	AMBIENTES LACUSTRES	LAGUNAS	EL ROSARIO 9821379/763533	2769	II
CERRO GUASLÁN DE YANACOCHA	SITIOS NATURALES	MONTAÑAS	CORDILLERA	ILAPO 9833034/768814	3875	II
MIRADOR(ENTRDA DE GUAND)	SITIOS NATURALES	MONTAÑAS	CORDILLERA	GUAND 9822042/762727	2834	I
CUEVA DEL INCA	SITIOS NATURALES	FENÓMENOS ESPELEOLÓGICOS	CUEVAS	LA PROVIDENCIA 9896356/722589	2970	II
BOSQUE ANDINO DE LOS HUILLIS	SITIOS NATURALES	BOSQUES	CEJA ANDINA	GUANANDO 9835750/774560	5579	II
HIELEROS DEL CHIMBORAZO	MANIFESTACIONES CULTURALES	ETNOGRAFÍA	GRUPOS ÉTNICOS	SAN ANDRES 9834812/744996	4580	III
ESTACIÓN DE URBINA	MANIFESTACIONES CULTURALES	HISTÓRICAS	ARQUITECTURA CIVIL	SAN ANDRES 9835426/754531	3640	II
TALLADOS EN PIEDRA	MANIFESTACIONES CULTURALES	ETNOGRAFÍA	ARTESANÍAS EN PIEDRA	SAN ANDRES 9827581/7531141	3045	II
RESTOS ARQUEOLÓGICOS DE LA ASUNCIÓN	MANIFESTACIONES	HISTÓRICAS	ZONAS ARQUEOLÓGICAS	EL ROSARIO		II

	CULTURALES					
IGLESIA LA INMACULADA	MANIFESTACIONES CULTURALES	HISTÓRICAS	ARQUITECTURA RELIGIOSA	LA MATRIZ 9822112/763320	2676	II
IGLESIA EL CARMEN	MANIFESTACIONES CULTURALES	ARQUITECTURA Y ESPACIOS URBANOS	ARQUITECTURA RELIGIOSA	LA MATRIZ 9822156/762030	2734	II
IGLESIA DE SAN ISIDRO	MANIFESTACIONES CULTURALES	ARQUITECTURA Y ESPACIOS URBANOS	ARQUITECTURA RELIGIOSA	SAN ISIDRO 9825117/757340	3025	II
IGLESIA EL ROSARIO	MANIFESTACIONES CULTURALES	ARQUITECTURA Y ESPACIOS URBANOS	ARQUITECTURA RELIGIOSA	EL ROSARIO		II
IGLESIA DE SAN ANDRES	MANIFESTACIONES CULTURALES	ARQUITECTURA Y ESPACIOS URBANOS	ARQUITECTURA RELIGIOSA	SAN ANDRES 9824330/756052	3032	II
IGLESIA DE SANTA TERESITA	MANIFESTACIONES CULTURALES	ARQUITECTURA Y ESPACIOS URBANOS	ARQUITECTURA RELIGIOSA	GUANO 9822225/765832	2647	II
ALACAO	MANIFESTACIONES CULTURALES	HISTÓRICAS	ZONAS ARQUEOLÓGICAS	GUANO 9822924/765276	2763	II
ELENPATA	MANIFESTACIONES CULTURALES	HISTÓRICAS	ZONAS ARQUEOLÓGICAS	GUANO 9821576/767160	2672	I
GRUTA DE LA VIRGEN INMACULADA	MANIFESTACIONES CULTURALES	ARQUITECTURA Y ESPACIOS URBANOS	ARQUITECTURA RELIGIOSA	GUANO 9822086/762564	2824	I
MONUMENTOS	MANIFESTACIONES CULTURALES	REALIZACIONES ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS	ESCULTURAS	LA MATRIZ 9822503/762168	2758	I
RUINAS ARQUEOLÓGICAS TEMPLO DEL SOL(QUEBRADA DE SAN SEBASTIÁN)	MANIFESTACIONES CULTURALES	HISTÓRICAS	ZONAS ARQUEOLÓGICAS	EL ROSARIO 9822744/762163	2754	I
ARTESANÍAS EN CUERO Y TEJIDO	MANIFESTACIONES CULTURALES	ETNOGRAFÍA	TEJIDOS, CUEROS.	LA MATRIZ 9822358/762115	2747	II
MUSEO MUNICIPAL	MANIFESTACIONES CULTURALES	HISTÓRICAS	MUSEO	EL ROSARIO 9822453/762032	2752	II
ARTESANÍAS EN CABUYA Y TOTORA	MANIFESTACIONES CULTURALES	ETNOGRAFÍA	TEJIDOS	SAN GERARDO 9818817/765257	2690	II
ARTESANÍAS EN TEJIDOS	MANIFESTACIONES CULTURALES	ETNOGRAFIA	TEJIDOS	LA PROVIDENCIA 9828269/773332	2480	I
SANTUARIO DEL SEÑOR DE LA BUENA MUERTE	MANIFESTACIONES CULTURALES	ETNOGRAFÍA	MANIFESTACIONES RELIGIOSAS	GUANANAO 9829009/773299	2385	II

La mayoría de atractivos se encuentran conservados a excepción de cinco debido a las siguientes causas; deforestación, uso de tierras con fines de lucro sin un respectivo estudio y permiso ambiental (Vertiente de Santa Elena), la falta de educación y concienciación ambiental, incendios en los bosques (Cueva del Inca), la limitada política de conservación de los recursos naturales y culturales (Alacao, Elenpata y la Piedra de Santo Rumi).

Los atractivos naturales ofrecen el disfrute del paisaje y convivencia con el entorno y su gente, es así que se pueden desarrollar diversas actividades como caminatas, trekking, cabalgatas, montañismo, toma de fotografías, paseos en botes, escalada en roca, parapentismo entre otras.

Los atractivos culturales posibilitan actividades vinculadas a conocer las formas de vida de la población, sus tradiciones (leyendas, mitos, festejos, creencias), artesanías, la fusión de la mística y la interculturalidad.

b. Infraestructura

1) Vialidad

El Cantón Guano posee un relieve irregular, existen sectores que por su topografía el trazado vial no es uniforme, pero esto no afecta la circulación normal de automotores.

En la ciudad de Guano se presenta un trazado de calles regular, tipo manzanas, la ciudad se encuentra en un valle relativamente plano, en varias bocacalles se han colocado semáforos que facilitan el tránsito vehicular.

De acuerdo a los planos de infraestructura vial, el total de vías que conforman la red urbana de la ciudad el 52% (15,3 Km) se encuentra en buen estado y además cuenta con sistemas de canalización, conducción de agua potable y con una capa de rodadura de adoquín y piedra, mientras que el 48,0% (14,14 Km) restante de las mismas no presentan condiciones adecuadas, calificándose su estado como regular, las carreteras que conducen a las diferentes parroquias

reciben un mantenimiento periódico ya que las mismas se ubican como vías de segundo y tercer orden.

Uno de los problemas principales que se observan en la trama vial urbana es la falta de definición del ancho de vía, ya que del total de vías en buen estado tan solo el 2,5% cuenta con aceras y bordillos. El ancho de la vía más generalizada fluctúa entre 8 y 10 metros. En las parroquias de la Matriz y el Rosario existe una mayor definición de la estructura urbana.

2) Infraestructura vial existente

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

Cuadro N° 16. Red Vial del Cantón Guano

VÍA	TIPO	LONG./KM.
Riobamba - Guano	Primera, asfaltada	8 Km
Guano - San Andres	Asfaltada	7 km
Guano - Ilapo - Santa Fe de Galán	Asfaltada	12 Km
Guano - La Providencia - Guananado	Empedrado - Lastrada	4 km
San Andres - San Isidro	Empedrada	2 Km

Fuente: Departamento de Obras Públicas del Municipio de Guano

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

3) Distancias

La ciudad de Riobamba es el núcleo vehicular hacia el norte – sur – este y oeste, es decir es el punto centro de los cuatro ejes viales de primer orden del país, de entre los cuales tenemos: La Panamericana Norte que va hacia Ambato y posteriormente a la ciudad de Quito. La Panamericana Sur que se dirige hacia la ciudad de Cuenca y Loja. La vía a la Costa hacia la ciudad de Guayaquil y finalmente la vía Riobamba – Guano. Lugar donde se diseñará el producto turístico.

El centro de la ciudad de Guano se halla a 8 km. de la ciudad de Riobamba. Del centro a Santa Teresita hay 4 Km y desde Santa Teresita hasta los Elenes 1,5 Km, en total 13,5 Km.

Con la infraestructura vial aceptable, el recorrido desde Guano hacia la ciudad de Riobamba toma un tiempo de duración aproximada de 15 minutos.

Otro camino que se puede tomar para llegar al cantón Guano, es la vía San Andrés – Guano, con una distancia de aproximadamente 7 Km.

Las distancias desde las ciudades principales hacia Guano son: de Quito 240 km., con un tiempo aproximado de 3 horas 30 min., de Guayaquil 280 km., con un tiempo aproximado de 4 horas 30 min., y de Cuenca 400 km., con un tiempo de 7 horas aproximadamente.

4) Transporte terrestre

Existen algunas cooperativas de transporte que se dirigen a la ciudad de Guano desde la ciudad de Riobamba, las Cooperativas Andina y 20 de Diciembre parten desde el sector del Mercado General Dávalos, ubicado en las calles New York, entre Rocafuerte y Pichincha, con una frecuencia de 10 minutos cada una, todos los días.

También existen cooperativas que realizan recorridos diarios hacia la parroquia San Andrés y San Isidro, las mismas que parten desde el Centro Comercial “La Condamine” con una frecuencia de 20 minutos, la Cooperativa de Transportes Quimiac ubicado en el Mercado Oriental, con su destino a la Parroquia de Chazo, y la Cooperativa de Transportes San Lucas, ubicado en las calles Antonio José de Sucre y Febres Cordero, con la ruta hacia la Parroquia de Ilapo.

Lastimosamente no existen transportes frecuentes que lleven al resto de parroquias por lo cual las personas se transportan en camionetas o vehículos particulares.

Cuadro N° 17. Cooperativas de Transporte

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	RUTAS	HORARIOS
20 de Diciembre	Todos los días Guano - Rbba Rbba - Guano Cada 10 minutos	05 h 20 a 18 h 35 05 h40 a 20 h 30
Andina	Todos los días Guano - Rbba Rbba - Guano Cada 10 minutos	05 h 20 a 18 h 35 05 h40 a 20 h 30
San Andrés	Todos los días San Andrés - Rbba Rbba - San andrés Cada 20 minutos	05 h 00 a 18 h 30 05 h 30 a 18 h 00
San Isidro	Todos los días San Isidro - Rbba Cada 20 minutos Rbba - San Isidro Cada 30 minutos	05 h 00 a 18 h 30 05 h 30 a 18 h 00
Quimiag	Chazo - Rbba Rbba - Chazo Todos los días	04h30 - 06h00 y 13h00 07h00 y 17h00
San Lucas	De Lunes a Viernes Ilapo - Rbba Rbba - Ilapo Sábados Ilapo - Rbba Rbba - Ilapo Turnos cada hora Domingos Ilapo - Rbba	13h00 y 16h00 06h15 y 06h30 08h00 - 10h00 a 17h00 06h00 - 10h00 -12h00 a 19h00 14h00 - 16h00 y 18h00

	Rbba - Ilapo	06h00 -08h00-09h00 y 10h00
Cóndor	De Lunes a Viernes, salen desde Riobamba o San Andrés, a las comunidades de Zigzipamba, Batzacón, Tunsalao, Pulingui Centro, 4 Esquinas, Sanjapamba, Silveria, Sta. Lucia, San Rafael de Chuquipogio. Los Sábados los mismos recorridos Los Domingos igual recorrido, con la diferencia que este día también salen de Pulingui.	05h55 cada 15 min., hasta las 07h30, de ahí parten cada 30 min., hasta las 20h45 min. Desde la 06h00 parten cada 15 min., hasta las 10h00 de ahí parten cada 30 min. A las 07h00 y 08h00 (Pulingui) A las 08h30 y 09h30 A las 12h00, 14h00, 14h30, 15h00, 16h00 y 18h00.

Fuente: Departamento de Obras Públicas del Municipio de Guano

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

c. Servicios Básicos.

1) Agua potable

Uno de los servicios requeridos en el Cantón Guano es el agua, tanto así que la demanda de la población, se orienta al agua para consumo doméstico y al riego.

La ciudad posee un sistema de aducción de agua potabilizada, proveniente de los tanques reservorios en los cuales se da al agua un tratamiento de clorificación, filtración y purificación.

El sistema de distribución se realiza por medio de tuberías de hierro galvanizado de diferentes diámetros de acuerdo a los caudales necesarios. La aducción del agua a los predios urbanos se efectúa con tuberías galvanizadas directamente a un medidor que establece el consumo mensual por unidad habitacional.

El 95% del área urbana está cubierta por el sistema de distribución de agua potable, el resto de la población se abastece de agua entubada.

En el Cantón Guano, las parroquias rurales cuentan con sistemas de captación y distribución de agua, cuyas características y funcionamiento hacen que este servicio sea limitado e insuficiente.

Las redes de distribución existen solo en las cabeceras parroquiales y, dentro de estas, solo en los sectores centrales, abasteciéndose la población restante de agua entubada o grifos públicos ubicados preferentemente en las plazas.

Cuadro N° 18. Abastecimiento de agua en el Cantón Guano.

TOTAL	8670 Viviendas
Red Pública	5854
Pozo	293
Río o Vertiente	2178
Carro repartidor	35
Otros	310

Fuente: INEC 2001

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

2) Alcantarillado

La Red de Alcantarillado en el cantón Guano transporta tanto agua de lluvia como aguas residuales domésticas en una misma tubería. Estas aguas residuales domésticas son el resultado de actividades cotidianas de la población y de las actividades de varias empresas de hilandería y curtiembre.

En el área urbana de Guano el servicio de evacuación de aguas lluvias y servidas, cubre el 74% de la ciudad. El sistema de alcantarillado que actualmente existe, en términos generales, está en buen estado, pero no cubre los requerimientos de la población.

De las once parroquias rurales, San Andrés posee servicio de alcantarillado con cobertura parcial. El resto de centros poblados tienen un sistema de eliminación de desechos y aguas servidas por medio de letrinas, pozos ciegos o por conducción de los desechos a las quebradas más cercanas, siendo este un indicador de contaminación y la falta de un sistema de alcantarillado en las Parroquias rurales del Cantón Guano.

Cuadro N° 19. Eliminación de aguas servidas en el Cantón Guano.

TOTAL	8670 Viviendas
Red Pública de Alcantarillado	1952
Pozo Ciego	2085
Pozo Séptico	883
Otra Forma	3750

Fuente: INEC 2001

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

3) Energía Eléctrica

El Cantón Guano es abastecido de energía eléctrica por la sub-estación 2 de Riobamba. El sistema de electrificación que posee está formado por redes de alta y baja tensión, transformadores, líneas de tendido. Las redes aéreas eléctricas se asientan en postes de hormigón. La red de energía eléctrica y alumbrado público cubren un 77% del área de Guano. La cobertura de alumbrado eléctrico en el área urbana es del 91,96%; el cobro por dicho suministro se lo realiza mensualmente, mediante la entrega de planillas.

Según datos facilitados por la Empresa Eléctrica Riobamba, el Cantón Guano está constituido por 11336 abonados, las tarifas varían según el consumo de Kw/h y la denominación sea esta residencial, industrial, artesanal entre otras.

Cuadro N° 20. Servicio eléctrico en el Cantón Guano.

TOTAL	8670 Viviendas
Si Dispone	7674
No Dispone	996

Fuente: INEC 2001

Elaborado por: Francisco Ordóñez

5) Recolección de basura.

Este servicio municipal existe en Guano periódicamente, y es proporcionado a la población que se ubica en el sector de La Matriz y a lo largo de los dos ejes viales principales (este-oeste), es decir en las áreas consolidadas y de fácil accesibilidad.

La población que se ubica en los diferentes barrios periféricos de la ciudad y que no poseen vías afirmadas, empedradas, etc, no cuentan con el servicio de recolección de basura, por lo que la población deposita los desechos y basura en sus parcelas de terreno o en las quebradas más próximas a su vivienda, provocando problemas de contaminación ambiental.

6) Servicio Telefónico

La empresa que brinda este servicio es la Corporación Nacional de Telecomunicaciones. Esta empresa cobra por minuto USD 0.02 en llamadas locales, regionales y nacionales. Existe cobertura celular de las Empresas Porta y Movistar aunque esta última no cubre la zona de San Gerardo.

Guano y la Parroquia de Valparaíso, están constituidos por 1935 abonados, con una central de capacidad a 2064 clientes, poseen 96 puertos de internet de los cuales están en operación 82. San Isidro y San Andrés, están conformados por 1003 abonados, con una central de capacidad de 1216 clientes, tienen 64 puertos de internet de los cuales 54 están ocupados, la Parroquia de San Gerardo tiene 130 abonados, con una central de capacidad a 400 usuarios con 60 puertos de internet de los cuales 45 están en función, las demás parroquias poseen el servicio mediante vía radio que se dirige desde las centrales de la Ciudad de Riobamba.

7) Seguridad

La Policía Nacional con sus distritos y delegaciones a nivel territorial, tiene como objetivo integral, defender la soberanía Nacional, garantizar el orden interno, la seguridad individual y social a través de la prevención disuasión y represión; cumpliendo y haciendo cumplir las leyes y normas jurídicas y coadyuvar al desarrollo de la Nación, seguido de algunos lineamientos como:

- Mantenimiento del orden público.
- Seguridad de las personas y de los bienes.
- Conservación de la moralidad pública.
- Prevención e investigación de los delitos.
- Aprehensión de los delincuentes.
- Control del tránsito, transporte terrestre.
- Movimiento migratorio en el País.

La seguridad dentro del Cantón Guano, está conformada por tres destacamentos distribuidos uno en la cabecera cantonal con un personal de 5 cabos y un suboficial, y la logística de dos motos y un patrullero, en la Parroquia de San Andrés, con el personal de un sargento y tres cabos y con la logística de una moto y un patrullero y en la Parroquia de la Providencia en el sector de Pungal, con el personal de un sargento y un cabo más la logística de una moto, todo el personal cuenta

con equipos de comunicación Motorola Handy con el circuito de radio patrulla con frecuencias de corto y largo alcance.

Dentro de la jurisdicción cantonal se ubica una de las áreas protegidas del país como es la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo, por lo que en esta zona tiene incumbencia la Unidad de Protección del Medio Ambiente de la Policía Nacional, cuya misión es la de velar por el cumplimiento de las disposiciones legales que tiendan a la conservación de la naturaleza y el ambiente y de los recursos hídricos así como la riqueza cinegética, piscícola, forestal y de cualquier otra índole relacionada con la naturaleza cumpliendo con algunas de sus funciones como es la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención de la contaminación ambiental, la recuperación de los espacios naturales degradados, el manejo sustentable de los recursos naturales.

La Unidad de Protección del Medio Ambiente, se encarga de la seguridad, ingreso, permanencia, salida de los turistas del área protegida, a más de ello controlan la tala indiscriminada de bosques, tráfico y caza ilegal de especies los cuales al ser recuperados se los ubica a buen recaudo en instituciones dedicadas a este fin como es el caso de la Quinta Aidita del Cantón Guano que acoge en su zoológico a dichas especies, controlan la explotación de los recursos naturales como es la situación del sector del arenal vía a la Provincia de Bolívar, pues en los últimos años se evidencian canteras clandestinas las mismas que están extrayendo arena para la industria de la construcción debido a su alta calidad en materiales de adhesión.

Con la coordinación del Ministerio del Ambiente se viene planificando la construcción de un centro de interpretación en el ingreso de la reserva, la misma que dispondrá de una caseta de seguridad y la infraestructura necesaria para el alojamiento del personal policial, siendo así una manera efectiva de organización.

d. Planta Turística

1) Hospedaje.

En el Cantón Guano se han podido identificar los siguientes establecimientos turísticos:

Cuadro N° 21. Lugares de hospedaje del Cantón Guano.

NOMBRE	DIRECCIÓN	CATEGORIA	Nº DE HABITACIONES	Nº DE PLAZAS
HOSTERIA				
La Andaluza	Panamericana Norte Km. 16	Primera	55	116
Quinta Karen Estefanía	Esmeraldas 161 y Asunción	Segunda	22	40
Los Eucaliptos	Barrio San Pablo, Panamericana Norte	Primera	6	13
Portón Andino	Barrio san Pablo Km. 13	Segunda	7	14
Vista Hermosa	Barrio san Roque	Segunda	6	20
Quinta Aidita	Barrio San Roque	No Catastrada	40	80
Quinta Parra	Parroquia Ilapo, Guano	No Catastrada	7	14
Quinta El Faraón	San Andrés	No Catastrada	8	16
Portal Andino	San Andrés	No Catastrada	12	24
HOSTAL				
Los Elenes	Barrio Jesús del Gran poder	Tercera	12	24
HOTEL				
Casa Blanca	Barrio Sta. Teresita	No Catastrada	8	16
ALBERGUE				
Estrella del Chimborazo	Comunidad Pulingui San Pablo Km 36	Primera	8	16
Estación de Urbina	Km 20 Vía Ambato	Tercera	6	16
REFUGIOS DE MONTAÑA				
Urcuwasi	San Andrés, sector Rumipamba	No Catastrada	2	8
Jatunwasi	San Andrés, sector Rumipamba	No Catastrada	2	8

CENTROS DE OPERACIÓN COMUNITARIOS				
Visión Futura	San Andrés	No Catastrada	2	18
Razu Ñan	San Andrés	No Catastrada	5	25
Calshi	San Andrés	No Catastrada		
PARADERO				
Cerro Viejo	Vía a Chimborazo Km. 24	Segunda	0	0
MOTEL				
El Castillo	Panamericana Norte Km. 5 1/2	Primera	22	44
Neptuno	Panamericana Norte	Segunda	16	32
Palermo	Panamericana Norte Km. 31/2	Segunda	37	74
El Paraíso	Panamericana Norte Km. 4 1/2	Segunda	15	19
ALOJAMIENTO PENSIÓN				
Nuevo Amanecer	Bolívar s/n y Juan Montalvo	Tercera	6	24

Fuente: MINTUR (2009)

Elaborado por: Francisco Ordóñez

En la actualidad los servicios de hospedaje como parte de la cadena de valor del producto que ofertan, incluyen en sus instalaciones infraestructuras físicas destinadas al esparcimiento y diversión, como es el caso de la Quinta Aidita con su Discoteca Gato Negro, zoológico, aviario, jardines y viveros.

Dentro de los establecimientos turísticos concernientes a los servicios de hospedaje 25 establecimientos constituyen el 100%, de los cuales 10 establecimientos no se encuentran debidamente catastrados es decir un 40%.

De los 15 establecimientos registrados el 26,66% pertenece a la primera categoría, el 46,66% corresponde a la segunda categoría y el 26,66% se ubica en la tercera categoría.

2) Alimentación.

Cuadro N° 22.Lugares de alimentación, recreación y diversión del Cantón Guano.

NOMBRE	DIRECCIÓN	CATEGORIA	MEZAS	PL-ME
FUENTE DE SODA				
Mokaccino	20 de Diciembre y Asunción	Tercera	4	12
Oasis	León Hidalgo 716 y García Moreno	Tercera	5	20
La Playita	García Moreno vía a Los Elenes	Tercera	5	20
La Pradera	Panamericana Norte Km. 10	Tercera	10	40
Santa Teresita	García Moreno vía a Los Elenes	Tercera	10	40
RESTAURANTE				
San Juan Loma	Barrio La Panadería San Andrés	Segunda	20	80
Danny`s	García Moreno 50-46 y Colon	Tercera	10	40
Fritadería Guijarro	Leon Hidalgo 10-12 y Eloy Alfaro	Tercera	20	80
La Casa de Fernando	Parroquia El Rosario La laguna	Tercera	20	80
Rica Fritada	Agustín Dávalos 53-52 y Asunción	Tercera	10	40
Palacio de Los Chorizos	Eloy Alfaro s/n y Leon Hidalgo	Tercera	15	60
La Posada	Leon Hidalgo 10-45	Tercera	15	60
Que Delicia	Leon Hidalgo y Agustín Dávalos	Tercera	10	40
Aquí me quedo	Eloy Alfaro 17-10 y Los Franciscanos	Cuarta	10	40
Guaneñita 1	Francisco Quilpe 528 y Eloy Alfaro	Cuarta	20	80
Guaneñita 2	García Moreno s/n y Asunción	Cuarta	20	80
RECREACIÓN Y DIVERSIÓN				
BAR				

El Eden	Cacique Toca s/n y Tuncahuan	Tercera	20	240
karaoke	s/n	Tercera	5	20
Los Elenes	Valle de Elenpata	No catastrado		300
American disco club	García Moreno y Asunción	Segunda	15	60

Fuente: MINTUR (2009)

Elaborado por: Francisco Ordóñez

La gastronomía, es una de las actividades que se ha venido desarrollando a lo largo de la última década. Desde hace 5 años existe una asociación que agrupa alrededor de 60 socios cuyos negocios se localizan en la parte urbana del cantón. Los productos que comercializan son chorizos y fritadas de carne de cerdo, para lo cual faenan un promedio de 300 animales por semana. Otro segmento de socios de la mencionada asociación comercializa las cholas y las empanadas de Guano, las mismas que por su sabor son apreciadas a nivel nacional. Tanto los restaurantes de fritada como las panaderías son negocios familiares, que en la mayoría de casos poseen tradición familiar.

Referente a los servicios de alimentación y diversión 19 establecimientos registrados constituyen el 100%, de los cuales el 10,52% pertenece a la segunda categoría, el 73,68% corresponde a la tercera categoría y el 15,78% se ubica en la cuarta categoría.

La falta de colaboración y comprensión de las leyes y ordenanzas municipales hace dificultoso tener un verdadero registro de los establecimientos de alimentación, lo cual no solo entorpece un ordenamiento catastral, si no también posibles focos de contaminación al no poseer permisos sanitarios y de funcionamiento.

El turismo con su conglomerado cultural y natural se puede convertir por tanto en una actividad que dinamice la economía local, siempre y cuando se genere una infraestructura que atraiga al turista nacional y extranjero, pues la actividad de la planta turística en la cabecera cantonal se está desarrollando, pero más como implantes de inversiones externas poco vinculadas al quehacer

empresarial del cantón seguidas del desconocimiento de una cultura turística y de las potencialidades que posee el mismo.

3) Recreación

La ciudad de Guano cuenta con dos parques: El parque Central, que debido a su equipamiento y utilización constituye el más importante; se localiza en la parroquia de La Matriz, entre la avenida 20 de Diciembre, calle Colón, García Moreno y César León. Su área es de aproximadamente 2730 metros cuadrados, contando con un buen mantenimiento.

El otro parque ubicado en el barrio La Inmaculada, se le conoce también como parque de la Madre; el área que ocupa es de aproximadamente 2000 metros cuadrados. Se encuentra en la intersección de las calles García Moreno y López de Galarza. El equipamiento que dispone es reducido con relación a la población que lo utiliza; y su estado de mantenimiento es bueno.

El déficit de áreas verdes de uso público no es notorio en la ciudad debido a la baja densidad de edificaciones y a la gran alternabilidad de espacios con vegetación y jardinería en los hogares construidos.

Para el desarrollo de las actividades deportivas, la ciudad cuenta con una variada infraestructura deportiva de carácter público; existen tres canchas de fútbol, distribuidas hacia el oriente, centro y occidente de la ciudad. La cancha localizada en la calle Montalvo cuenta con una buena pista atlética; estas áreas podrían servir eficientemente a los requerimientos de la población.

El complejo deportivo “Victo Hugo Garcés” es un espacio de uso múltiple, ya que dada a su reciente construcción se encuentra en buen estado, sin embargo adolece de áreas destinadas al público espectador. Además encontramos el coliseo cerrado, el mismo que cuenta con una cancha de básquet; además se lo usa para vóley e indor-fútbol. Tiene una capacidad para 1500 personas y se halla en buen estado.

Es importante tomar en cuenta en este análisis al balneario Los Elenes que pese a no encontrarse dentro del área urbana, es utilizado por la población de Guano y turistas; cuenta con piscinas con olas artificiales, toboganes, sauna, hidromasaje, canchas de uso múltiple, espacios verdes. La ciudad posee un parque infantil, que se halla localizado en la parroquia El Rosario; posee un buen equipamiento.

En la mayoría del sector rural la actividad turística no se ha desarrollado. En contra parte a esta realidad la reactivación del proyecto de los Elenes, la creación de de lugares de esparcimiento (Parque Las Fuentes, Parque Polideportivo El Batan), santuarios (Jardines de la Virgen Inmaculada), museos (Inmaculada, Artesanal), readecuación de lugares turísticos (Colina de Llushig), puede generar un movimiento turístico interesante y puede convertirse en el eje impulsador del turismo en general así como otras modalidades de turismo sostenible, por ejemplo el agroturismo.

e. Superestructura

Según la ordenanza que crea y regula la Unidad Técnica Municipal de Turismo del Cantón Guano, mediante el Convenio de Transparencias de Competencias celebrados entre el Ministerio de Turismo y la Municipalidad con fecha 10 de Septiembre de 2002, se cumple lo establecido en la constitución política del estado en su art. 149 letra c, los Consejos Municipales, constituyen organismos de Gobierno seccional que gozarán de autonomía funcional administrativa y económica en sus respectivas circunscripciones territoriales; que la constitución y la ley señalarán las funciones y las áreas de su exclusiva competencia, en concordancia con el art. 152, de la carta fundamental del estado consagra que los gobiernos seccionales autónomos están constituidos por los Consejos Provinciales y los Consejos Municipales, dando eficaz aplicación al principio de autonomía, descentralización administrativa y territorial, proponiendo el fortalecimiento y desarrollo de la vida provincial y cantonal.

Es así que dicha entidad ha venido desempeñando distintas funciones por ejemplo el cumplir y velar las políticas establecidas que se han definido por el MINTUR y el Consejo Municipal como la expedición de ordenanzas y resoluciones que contribuyan al fortalecimiento y desarrollo turístico, también le atribuye sancionar a quienes las incumplan; elaboración y actualización periódica del catastro y atractivos turísticos, calificación de proyectos turísticos según las normas municipales, ordenamiento territorial, preservación ambiental; control, inspección, registro, regulación y renovación de establecimientos, operadores y servidores turísticos con la respectiva emisión del LUAF, coordinación de promoción y difusión turística a nivel público como privado, cooperación en el área turística, ambiental, coordinación en la operación turística de áreas protegidas, la protección y supervisión del patrimonio, cultural, ambiental y turístico del Cantón entre otras que la legislación actual y disposiciones reglamentarias lo obliguen y permitan.

Gracias al Convenio de Transferencia de Competencias se han venido desarrollando algunas ordenanzas en el ámbito turístico mediante la ley orgánica de régimen municipal como es la ordenanza que establece la tasa para el otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento de los establecimientos turísticos en el Cantón Guano, emitida el 7 de Enero de 2005, mediante la cual se facilita tener un orden y control de los diferentes servidores turísticos, registrados y catastrados por el Ministerio de Turismo para así poder determinar un valor de cobro que se restituya en el desarrollo del turismo local.

La ordenanza que regula la administración, uso, conservación, y mantenimiento del Museo de la Ciudad, emitida el 10 de Diciembre de 2008, permite que la municipalidad tenga injerencia en su dirección y pueda cobrar una tasa de ingreso para su mantenimiento, así mismo que pueda establecerse un horario de funcionamiento, distribución, organización, adecuación, renovación, ilustración de sus diferentes salas de exposición, como el control, prohibición y sanción de sus visitantes para con el bien material.

Otro precepto en el ámbito turístico es la ordenanza que regula la administración, uso, conservación, y mantenimiento del Complejo Turístico “Los Elenes”, emitida el 31 de Octubre de 2007, al igual que la ordenanza citada anteriormente, permite que la municipalidad tenga

injerencia en su dirección y pueda cobrar una tasa de ingreso para su mantenimiento, así mismo que pueda establecerse un horario de funcionamiento, distribución, organización, adecuación, renovación de sus instalaciones como el control, prohibición y sanción de sus visitantes para con el bien material.

Lastimosamente el Consejo de Turismo del Cantón Guano, creado igualmente que la Unidad de Turismo en el año 2002, con sus debidas clausulas de constitución, organización y presupuestos, ha dejado de funcionar siendo una de las grandes contradicciones en el progreso turístico del cantón, las decisiones las toma el consejo cantonal y el alcalde en turno, con los debidos estudios y amparos constitucionales en materia turística desarrollados por el personal de la Unidad de Turismo Municipal.

Gracias a la descentralización y competencias adquiridas el municipio lleva a cargo la coordinación e implementación de diversos programas y proyectos en los ámbitos agrícolas, ganaderos, turísticos, gastronómicos, productivos, de salud, educación entre otros, como ejemplo se puede citar algunos de ellos:

1) Proyecto de elaboración de artesanías por encargo.

Cuyo fin es impulsar y garantizar la comercialización directa de las artesanías a gusto del cliente por medio de un e-bussines.

2) Proyecto de Fortalecimiento y profesionalización del sector gastronómico.

El proyecto busca mejorar el desempeño de las personas en el área gastronómica, mediante alianzas con organismos públicos y privadas acordes al arte culinario.

3) Proyecto establecimiento de sistemas agroforestales mediante la utilización de capulí y chocho con prácticas de agricultura orgánica. Con dicho proyecto se busca optimizar el uso del recurso suelo, con especies agrícolas, frutícolas y nativas, de manera sostenible, orgánica que incentiva la creación de microempresas y nuevas modalidades turísticas como el agroturismo.

A más de ello, gracias a la apertura del gobierno seccional y la buena aceptación de las diferentes instituciones educativas, como organismos públicos y privados nacionales e internacionales, se han venido desarrollando algunos estudios en pro del desarrollo turístico cantonal, es así que se cuentan con trabajos referentes a procesos ecológicos de tratamiento de desechos sólidos en el Balneario Los Elenes, memorias referentes a centros de interpretación ambiental y cultural, parques y ciclo rutas temáticas, georeferenciación urbana y turística, tratados arqueológicos, señaletica turística, marketing y promoción artesanal, entre otros, los mismos que en el transcurso del tiempo y un financiamiento adecuado podrán irse integrando a los programas que la municipalidad lleva a cabo en el desarrollo integral de su jurisdicción.

6. Declaración de la imagen turística del Cantón Guano

Con el inventario de atractivos turísticos 2008 disponibles en el iTur de la Municipalidad del Cantón Guano se obtuvo el siguiente resultado:

Guano como lugar turístico posee 35 atractivos, 15 interés natural y 20 de carácter cultural.

En lo referente al estado de conservación algunos atractivos se encuentran en estado de recuperación y deterioro debido al mal manejo de la población sobre sus recursos y el cambio climático que se está produciendo actualmente.

En cuanto a la potencialidad de uso turístico de los atractivos presentan una variabilidad para realizar diversas actividades turísticas.

La imagen turística del Cantón Guano es de dominio cultural, sin dejar aún lado su riqueza natural, expresado en la habilidad de sus habitantes al realizar sus cotizadas y delicadas artesanías, es así que el estudio, diseño y elaboración de productos turísticos es factible de manera que se guíen con el buen manejo y adelanto ambiental, socio-económico, turístico,

obteniendo un progreso económico a corto y largo plazo para el beneficio del Cantón Guano y sus comunidades, en consecuencia la imagen turística está dada por:

“Guano la capital turística y artesanal del Ecuador, rica en tradiciones y cultura, te invita a conocer el encanto y la magia de su naturaleza compartiendo el cariño y respeto de sus ancestros junto al Dios del Hielo el majestuoso Chimborazo”

7. Sistematización de las causas, problemas, efectos y soluciones (CPES)

En el Cantón Guano mediante el diagnóstico realizado se ha podido identificar una serie de elementos que forman parte de las necesidades que el cantón posee, a continuación se detalla los problemas identificados.

Cuadro N° 23. Matriz con las causas, problemas, efectos y soluciones a la situación turística a actual del cantón.

CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
Escasos proyectos turísticos-ambientales	Limitada difusión y estudios sobre los recursos turísticos	Poco desarrollo turístico, baja cantidad de demanda.	Coordinar con las autoridades para planificar, diseñar, desarrollar proyectos turísticos, competitivos y de calidad.
Carecimiento de una visión empresarial para fortalecer la actividad turística.	Inexistencia de sitios de hospedaje y alimentación en la mayoría de parroquias rurales.	Limitados ingresos económicos y fuentes de trabajo	Desarrollo de microempresas turísticas.
Avance de la frontera agrícola y ganadera	Quema de pajonales y la creación de pastizales	Destrucción de hábitats	Capacitaciones sobre el uso adecuado del suelo de cultivo para mejor aprovechamiento del mismo .
Limitado marco legal y políticas de conservación de los recursos naturales por parte del gobierno seccional.	Mal manejo de los recursos naturales	Desaparición de especies de flora y fauna.	Creación de políticas prácticas para la conservación de los recursos naturales.
No hay mercados para la	Inexistencia de	No se ofertan productos	Facilidades de inversión a

inversión.	operadoras turísticas	turísticos dentro del cantón	los prestadores de servicios turísticos por parte del gobierno seccional.
Desconocimiento y desaprovechamiento de los recursos turísticos	Oferta turística limitada	Los turistas llegan solo a la cabecera cantonal de Guano y toman otros rumbos	Elaborar productos turísticos articulados a los planes de desarrollo turístico provincial, regional y nacional.
Descoordinación del gobierno seccional para gestionar un programa de señalización turística cantonal.	Insuficiente señalización turística especialmente a nivel parroquial	Dificultad para el acceso a los lugares turísticos.	Emprender con un programa de señalización turística a nivel cantonal.
Presupuesto limitado y falta de gestión con el H.Consejo Provincial de Chimborazo.	Carreteras de tercer orden y caminos vecinales con escaso mantenimiento	Dificultad para el acceso y comercialización de productos de necesidad básicos, desplazamiento.	Gestión gubernamental , cooperación cantonal y parroquial.
Falta de un plan de dotamiento de servicios básicos.	Insuficiente y deficiente calidad y servicio del agua a nivel parroquial.	Enfermedades intestinales y estomacales en los habitantes de las comunidades, riesgo para el turista.	Atención de las entidades seccionales para implementar un plan de dotamiento de servicios básicos de calidad.
Individualismo y no cumplimiento de las ordenanzas y regulaciones existentes.	Desorganización entre los prestadores de servicios turísticos.	Desorganización para planificar el desarrollo turístico cantonal.	Fortalecer la asociatividad.
Globalización, preferencia a los productos extranjero, desconocimiento de su identidad, pérdida de valores.	Pérdida de la identidad cultural	Adopción de una forma de vida diferente y la discontinuidad generacional en valores y conocimientos ancestrales.	Concienciación sobre los valores e identidad cultural, realizar un plan de revitalización cultural.

Fuente: Diagnóstico turístico del Cantón Guano.

Elaboración: Francisco Ordóñez

8. Análisis FODA del turismo en el Cantón Guano

En el Cantón Guano mediante el diagnóstico realizado y la matriz CEPES se ha podido identificar una serie de elementos que forman parte de análisis denominado FODA, que a continuación se detalla.

Cuadro N° 24. Resultados del Análisis FODA de la situación turística actual del cantón.

FORTALEZAS (Int.)	OPORTUNIDADES (Ext.)	DEBILIDADES (Int.)	AMENAZAS (Ext.)
Renombre del Cantón Guano como capital artesanal, tradición ancestral de trabajo.	Fomento de la empresa y el turismo, gestión de recursos.	Falta de un plan de desarrollo turístico.	Crisis económica
Gastronomía típica		Presupuestos limitados para el desarrollo de la actividad turística.	Desacuerdos políticos
Convenios con el MINTUR, como también con organismos seccionales, públicos y privados.	Propuestas de inversiones con las garantías necesarias y políticas estatales coherentes con el PLANDETUR 2020	Falta de señalización turística	Inestabilidad económica, social y política en el país.
Accesibilidad a Guano en buen estado		Limitado personal técnico en áreas ambientales y turísticas	Fenómenos naturales
Decisión y voluntad política para coordinar, gestionar programas y proyectos para el desarrollo del turismo.	Voluntad para emprender y fortalecer un plan turístico local con la participación de todos los entes públicos, privados y comunitarios.	Limitada difusión y promoción turística.	Paros, huelgas.
Diversidad de recursos y atractivos turísticos, como el Volcán	Interés de organismos públicos como privados	No se cuenta con algunas ordenanzas y otras no se aplican o se	

Chimborazo con jerarquía IV.	nacionales e internacionales en apoyar el desarrollo del turismo sostenible.	ajustan al marco legal.	
Gobierno seccional descentralizado		Infraestructura limitada (vías de segundo y tercer orden con poco mantenimiento)	
Cuentan con organizaciones comunitarias ligadas a actividades productivas y prestación de servicios turísticos.			
Clima benévolo y variado.	Desarrollo de nuevas alternativas de turismo (naturaleza y cultura) a nivel nacional e internacional, que incentivan a la demanda a realizar viajes con alta responsabilidad social y ambiental, con productos diferenciados y de buena calidad.	Limitada educación ambiental.	
Gente amable y carismática con deseos de ser anfitriones del turismo.		Limitado presupuesto para la dotación de servicios básicos y saneamiento.	
		Aculturación	

Fuente: Matriz CEPES, Diagnostico turístico del Cantón Guano.

Elaboración: Francisco Ordóñez.

B. ESTUDIO DE MERCADO

1. Análisis de la demanda turística

a. Segmentación del mercado

Para analizar la demanda se identificaron dos segmentos de mercado prioritarios de turistas, a los mismos que se dirigirá la oferta, los cuales se mencionan a continuación:

1) Mercado Nacional

El segmento de mercado nacional está constituido por los turistas regionales y/o locales, sean estos hombres o mujeres de toda edad, que lleguen a la ciudad de Guano, solos, en grupos organizados y/o familiares, para visitar los atractivos del mismo, que demanden una diversidad de productos en el mercado turístico, con la posibilidad de elegir un producto a su gusto.

2) Mercado Internacional

El segmento de mercado internacional está compuesto por los turistas extranjeros especialmente del continente europeo y americano, sean estos hombres o mujeres de toda edad, que lleguen a la ciudad de Riobamba, para conocer la denominada ruta del tren y adicionalmente se trasladen a la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo, que viajen solos o en grupos organizados, que buscan nuevas alternativas de turismo.

b. Resultado del estudio de mercado

1) Demanda turística nacional

Las encuestas aplicadas a los turistas nacionales que llegan al cantón Guano arrojaron los siguientes resultados:

a) Edad

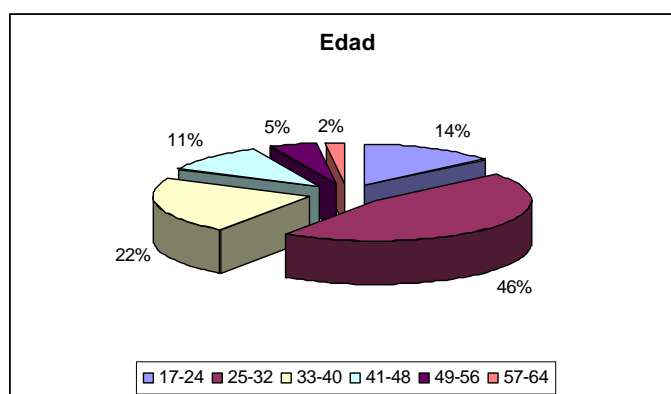


Gráfico No 2. Encuestados: Edad

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

La edad de los turistas que llegan hasta el cantón Guano son mayoritariamente adultos jóvenes, el 46 % están entre los 25 y 32 años, el 22% entre 33 y 40 años, el 14% con personas entre 17y 24 años, el 11% están entre los 41 y 48 años, el 5% se ubican entre los 49 y 56 años y el 2% se hallan entre los 57 y 64 años respectivamente. En relación a los porcentajes se indica que el producto a ofertar será diseñado con actividades dinámicas, adaptadas a gente joven.

i) Media aritmética de la Edad

Cuadro N° 25. Media aritmética de la edad

Rango (edad)	Frecuencia	Media (x)	F*x
17-24	18	21	294
25-32	35	29	1305
33-40	33	37	814
41-48	12	45	495
49-56	11	53	265
57-64	10	61	122
TOTAL	119		3295

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

$$\bar{X} = \frac{\sum xf}{\sum F} \quad \bar{X} = \frac{3295}{99} \quad \bar{X} = 33$$

La edad promedio de los turistas nacionales que visitarán el cantón Guano es de 33 años sean estos hombres o mujeres.

b) Género

Cuadro N° 26. Encuestados: Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	87	73
Femenino	32	27
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

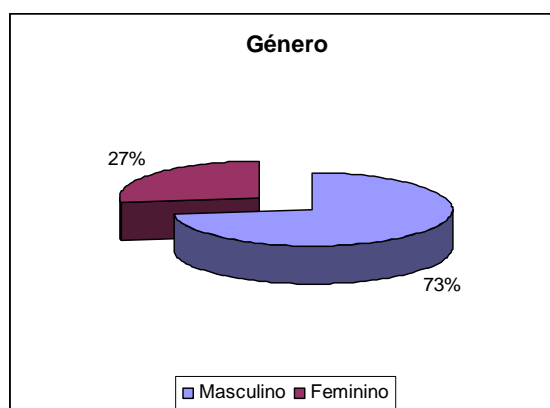


Gráfico No. 03 Encuestados: Género

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 73% de las personas encuestadas fueron de género masculino, mientras que el 27% fueron de género femenino.

c) Ocupación

Cuadro N° 27. Encuestados: Ocupación

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Ingenieros	51	43
Militares	17	14
Choferes	15	13
Otros	36	30
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

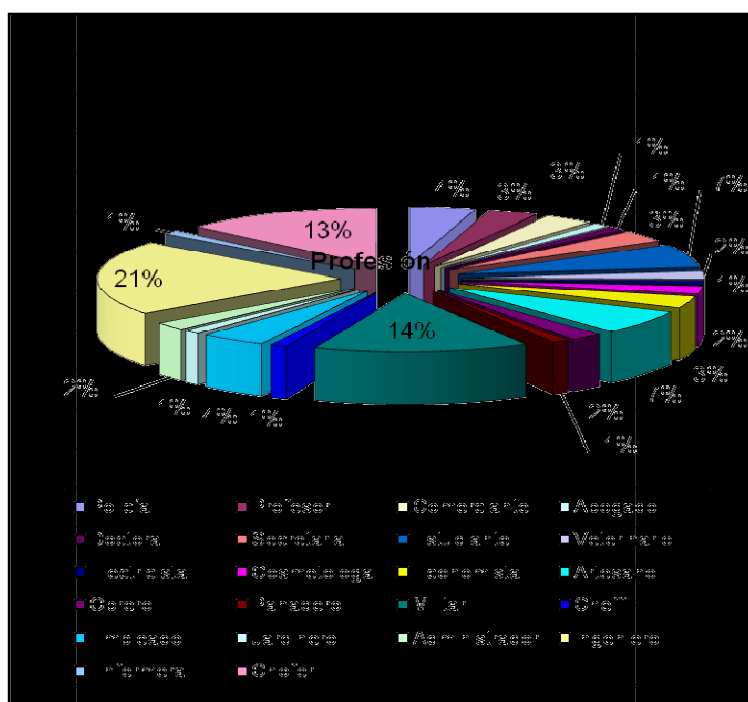


Gráfico No. 04 Encuestados: Ocupación

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

La mayoría de los turistas que llegan a Guano son profesionales ingenieros en diversas ramas que adicionados muestran un porcentaje del 43 %, el 14% militares y el 13% chóferes, lo que señala que se deben ofertar productos que dentro de los circuitos se acoplen a actividades que cumplan con las exigencias de la demanda, sin embargo existen turistas con otras ocupaciones lo que indica que también se deben presentar productos alternativos a ser adquiridos por turistas de mayor edad que prefieren un turismo de relax.

d) Procedencia

Cuadro N° 28. Encuestados: Procedencia

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Riobamba	62	52
Quito	13	11
Guano	8	7
Otros	36	30
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

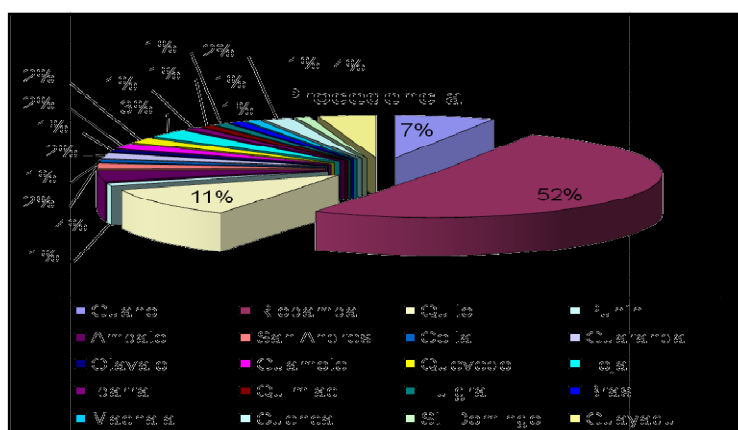


Gráfico No. 05 Encuestados: Procedencia

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

Según las encuestas efectuadas el 52% de las personas son procedentes de la ciudad de Riobamba, el 11% de Quito, el 7% del mismo cantón Guano y en adición un 30% provienen de distintos lugares.

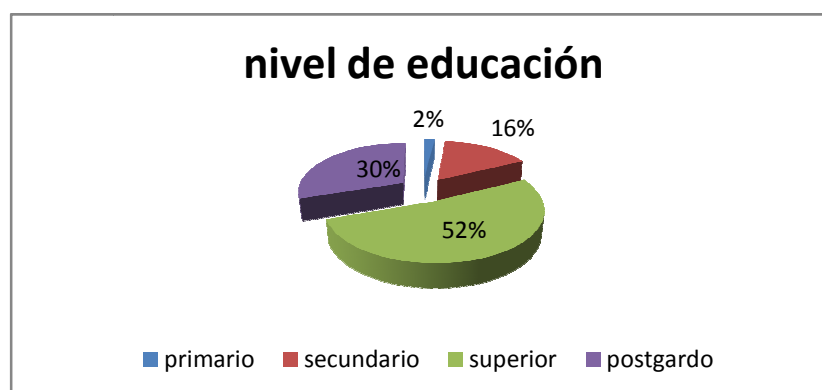
e) Nivel de Educación

Cuadro N° 29. Encuestados: Nivel de educación

Nivel de Educación	Frecuencia	Porcentaje
Primario	2	2
Secundario	19	16
Superior	62	52
Postgrado	36	30
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

**Gráfico No. 06** Encuestados: Nivel de educación

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 52 % de los turistas tienen un nivel de educación superior, el 30% poseen un postgrado, el 16% tienen una instrucción secundaria y el 2 % una educación primaria. El 82% de los mismos tienen antecedentes de haber viajado ya por distintas partes del país e incluso del mundo por lo cual conocen también del turismo bien manejado, lo que implica que son turistas más educados y requerirán servicios más elaborados.

f) Frecuencia con que viajan los turistas

Cuadro N° 30. Encuestados: Frecuencia de viajes

Frecuencia de viajes	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al mes	77	65
2 veces al año	33	28
3 o más veces al año	9	7
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

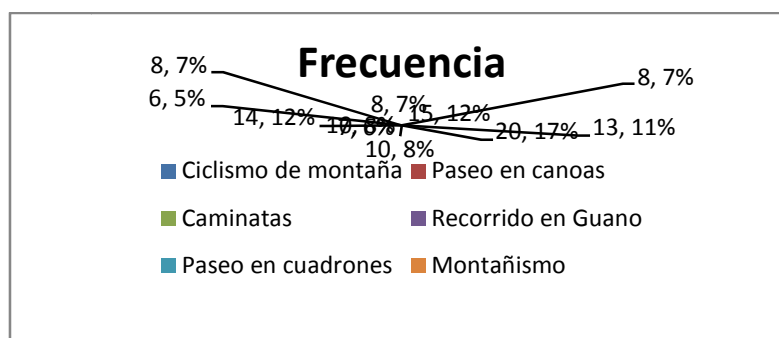


Gráfico No. 07 Encuestados: Frecuencia de viaje

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 65 % de los turistas realizan viajes 1 vez al mes, el 28 % viajan 2 veces al año y el 7 % restante 3 o más veces al año.

g) Con quién viajan

Cuadro N° 31. Encuestados: Con quién viajan

¿Con quién viajan?	Frecuencia	Porcentaje
Familia	53	53

Amigos	16	14
Pareja	30	25
Solo	10	8
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

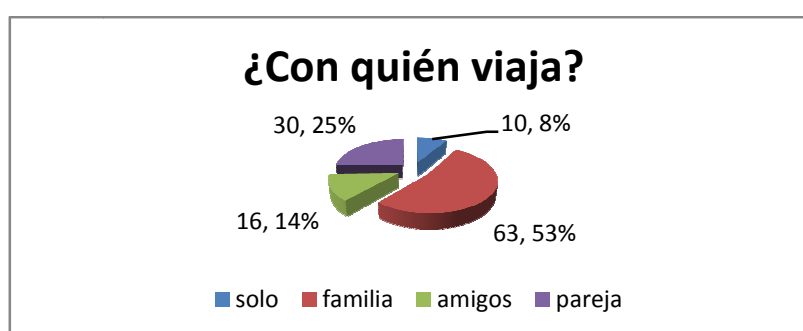


Gráfico No. 08 Encuestados: Con quién viajan

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 53 % de los turistas viajan con su familia, el 25 % lo hacen con su pareja, el 14 % lo realizan con amigos y el 8 % lo hacen solos, lo que indica que para el diseño de los circuitos se deberán acondicionar los servicios para que cada turista pueda hacer uso de los mismos en compañía de por lo menos una persona o más.

h) Turistas que quisieran conocer los atractivos de Guano

Cuadro N° 32. Encuestados: Turistas que desean visitar los atractivos de Guano

Desea conocer los atractivos de Guano	Frecuencia	Porcentaje
Si	119	100
No	0	0
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

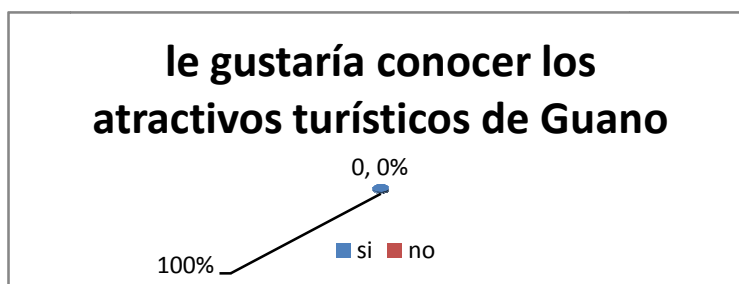


Gráfico No. 09 Encuestados: Turistas que desean visitar los atractivos de Guano

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 100 % están dispuestos a conocer los atractivos del cantón, la inclinación de los turistas por disfrutar de los atractivos es muy buena, ello demuestra que Guano tiene potencial turístico para ser aprovechado.

i) Atractivos de Guano que prefieren los turistas

Cuadro N° 33. Encuestados: Atractivos de Guano que prefieren los turistas

¿Desea conocer los atractivos culturales de Guano?	Frecuencia	Porcentaje
Hieleros del Chimborazo	13	11
Estación de Urbina	11	9
Tallados en piedra	8	7
Museo	11	9
Iglesia la Inmaculada	10	14
Artesanías de cabuya y totora	8	7

Ruinas arqueológicas de la Asunción	14	12
Imagen del Señor de la Buena Muerte	17	8
Artesanías de cuero y tejidos	6	5
Gastronomía	12	10
Monumentos	9	8
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

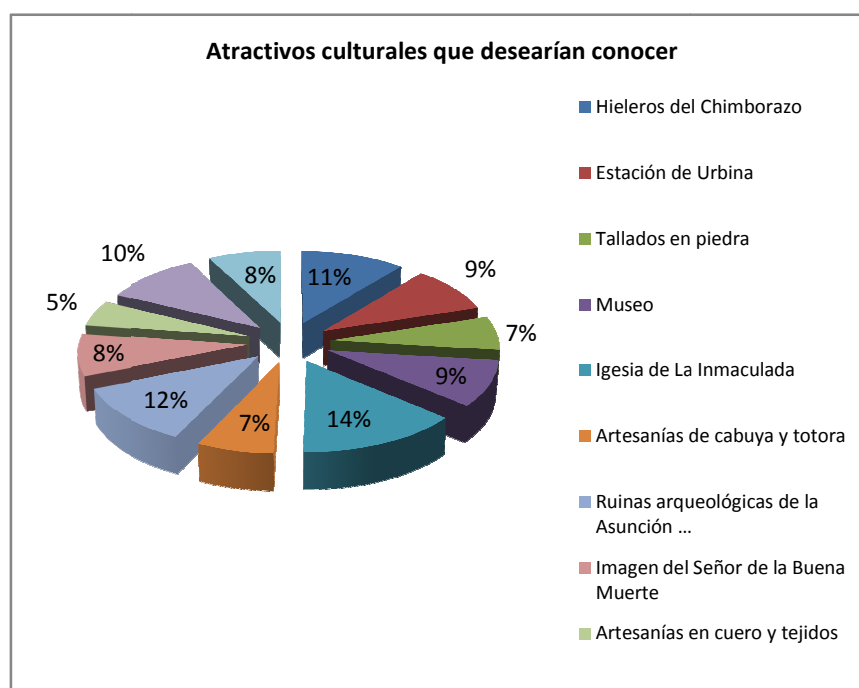


Gráfico No. 10 Encuestados: Atractivos de Guano que prefieren los turistas

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 14% de los turistas nacionales desean conocer la Iglesia de María Inmaculada, el 12% las ruinas arqueológicas de la Asunción, el 11% los Hieleros del Chimborazo, el 10% la

gastronomía, el 9% el museo y la estación de Urbina, el 8% los monumentos y la imagen del Señor de la Buena Muerte, el 7% las artesanías de cabuya y totora como los tallados en piedra, y el 5% las artesanías de cuero y tejidos. El producto debe incluir motivaciones religiosas y tradicionales.

Cuadro N° 34. Encuestados: Atractivos de Guano que prefieren los turistas

¿Desea conocer los atractivos naturales de Guano?	Frecuencia	Porcentaje
Cascada y páramo de Cóndor Samana	8	7
Cumbres del cerro Igualata	6	5
Nevado Chimborazo	15	13
Reserva de Producción Faunística de Chimborazo	12	10
Los Elenes	11	9
Colina de Lluishig	10	9
Laguna de Valle Hermoso	10	8
Fuentes del Machay	4	3
Cerro Guaslán de Yanacocha	8	7
Mirador la Palestina	5	4
Templo Machay	13	11
Quebrada de San Sebastián	4	3
Cueva del rey pepino	6	5
Bosque de los huillis	7	6
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

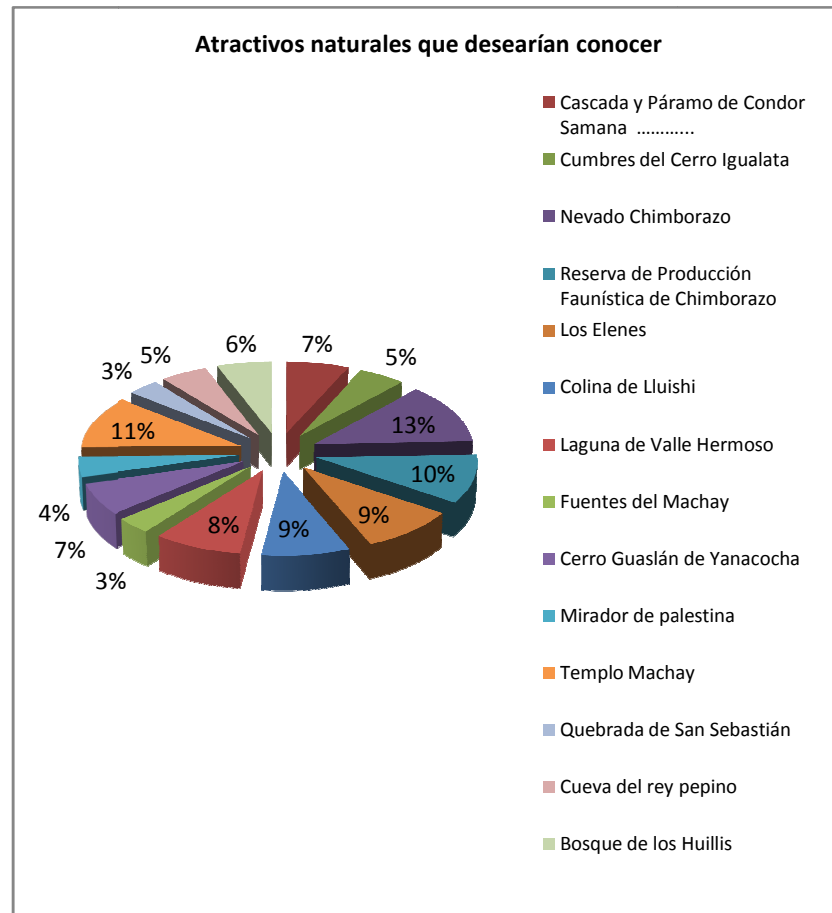


Gráfico No. 11 Encuestados: Atractivos de Guano que prefieren los turistas

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 13% de los turistas nacionales desean conocer el Nevado Chimborazo, el 11% por visitar el Templo Machay, el 10% por la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo, el 9% por la Colina de Lluishig y los Elenes, el 8% la Laguna de valle Hermoso, el 7% la Cascacada y Páramo de Córdor Samana así como también el Cerro Guaslan de Yanacocha, el 6% se inclinan por el Bosque Andino de Los Huillis, el 5% por la Cueva del Inca y las Cumbres del Igualata, el 4% por el Mirador la Palestina y el 3% por Quebrada de San Sebastián y Fuentes del Machay.

Los turistas aprecian la naturaleza, por lo que los atractivos turísticos constituyen una de las bases para poder diseñar el producto turístico y así poder satisfacer las necesidades de los mismos.

j) Turistas que les gustaría realizar un viaje organizado en Guano

Cuadro N° 35. Encuestados: Turistas que les gustaría realizar un viaje organizado en Guano

¿Les gustaría realizar un viaje organizado?	Frecuencia	Porcentaje
Si	81	68
No	38	32
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

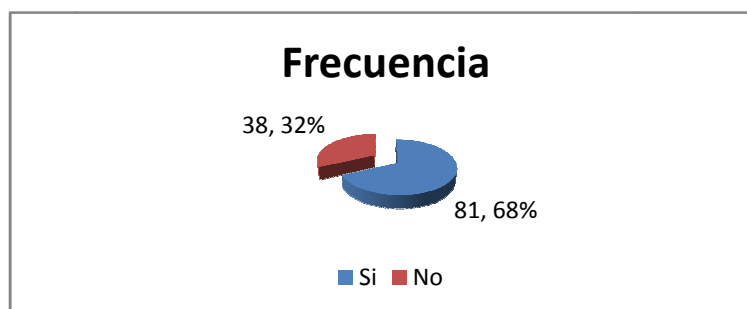


Gráfico No. 12 Encuestados: Turistas que les gustaría realizar un viaje organizado en Guano

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 68 % de los turistas dijeron que si les gustaría hacer un viaje organizado en Guano mientras el 32 % dijeron que no, esto indica que más de la mitad de turistas que llegan a Guano podrían hacer uso de la oferta de productos turísticos.

k) Actividades preferidas por los turistas

Cuadro N° 36. Encuestados: Actividades preferidas por los turistas

Actividades preferidas por los turistas	Frecuencia	Porcentaje
Ciclismo de montaña	8	7
Paseo en canoas	13	11
Caminatas	15	12
Recorrido en Guano	20	17
Paseo en cuadrones	10	8
Montañismo	7	6
Escalada en roca	6	5
Parapente	8	7
Senderismo	10	8
Cabalgatas	14	12
Convivencias	8	7
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

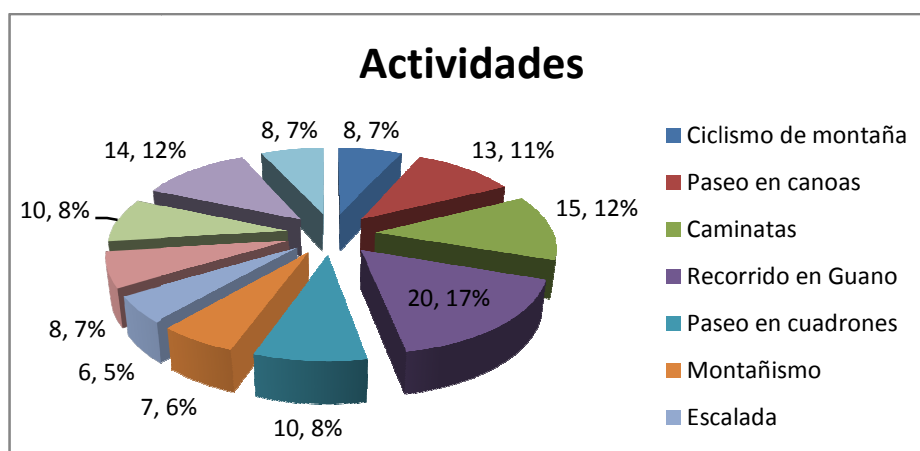


Gráfico No. 13 Encuestados: Actividades preferidas por los turistas

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 17 % prefieren los recorridos en Guano, el 12% las caminatas y cabalgatas, el 11% paseos en canoas, el 8% el senderismo y paseos en cuadroneos, en menor porcentaje se encuentran las actividades de montañismo, parapente, ciclismo de montaña entre otras.

D) Cuántos días permanecerían los turistas en Guano

Cuadro N° 37. Encuestados: Cuántos días permanecerían los turistas en Guano

¿Cuántos días permanecerían los turistas en Guano?	Frecuencia	Porcentaje
1 día	55	46
2 días	42	35
3 o más días	22	19
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

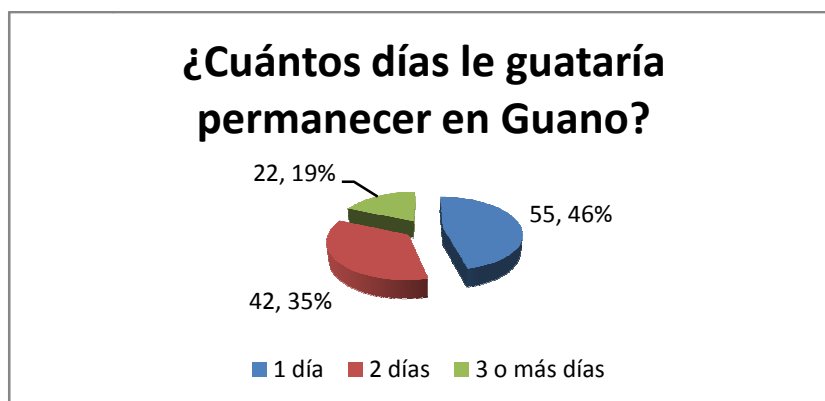


Gráfico No. 14 Encuestados: Cuántos días permanecerían los turistas en Guano

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 46 % de los turistas prefieren estar un solo día en Guano, el 35 % se inclinan a pasar 2 días y el 19 % les gustaría permanecer 3 días o más; por lo que los paquetes deberán ser diseñados solo para el lapso de uno o dos días.

m) Servicios que los turistas prefieren

Cuadro N° 38. Encuestados: Servicios que los turistas prefieren

Servicios que los turistas prefieren	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	22	19
Guianza	17	14
Transporte	22	19
Alojamiento	10	8
Todas	48	40
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

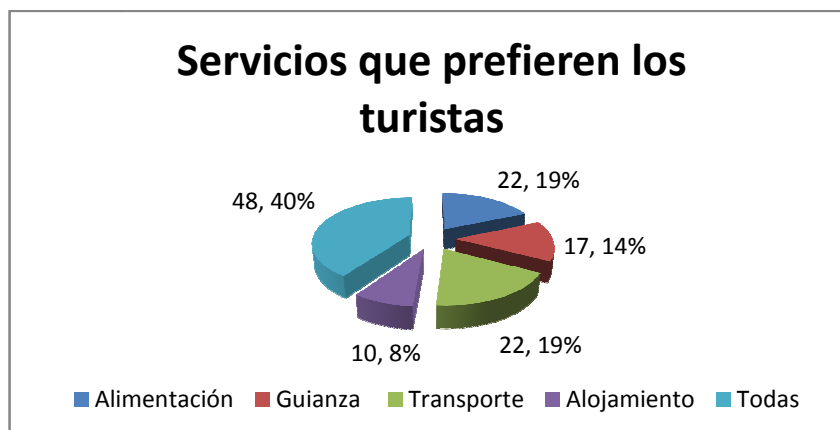


Gráfico No. 15 Encuestados: Servicios que prefieren los turistas

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 19 % de los turistas requieren que los paquetes turísticos que compran incluyan alimentación y transporte, el 14 % prefieren la guianza, el 8% el servicio de alojamiento y el 40% prefiere que un paquete incluya todos los servicios, por lo que los productos a ofertar deberán contener todos los requerimientos de los turistas.

n) Precios que los turistas estarían dispuestos a pagar

Cuadro N° 39. Encuestados: Precios que los turistas estarían dispuestos a pagar

Precios que los turistas estarían dispuestos a pagar por 1 día	Frecuencia	Porcentaje
\$25	98	82
\$26 a 40	14	12
Más de \$40	7	6
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

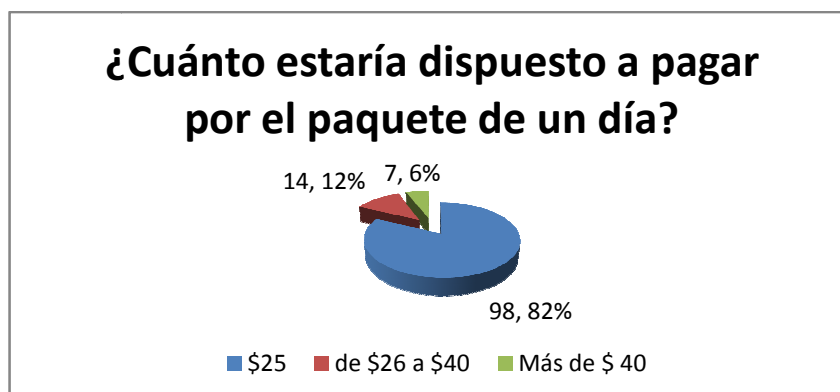


Gráfico No. 16 Encuestados: Precios que los turistas estarían dispuestos a pagar

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 82% de turistas estarían dispuestos a pagar \$25 por un paquete turístico de un día, el 12 % de \$ 26 a \$ 40, y el 6 % pagarían más de \$ 40 dólares americanos, los productos para ser ofertados deberán considerar el valor máximo a gastar por los turistas.

ñ) Medio por el que se informan las personas para realizar turismo

Cuadro N° 40. Encuestados: Medio por el que se informan las personas para realizar turismo

Medio de información	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	10	9
Radio	67	56
Prensa	32	27
Internet	10	8
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

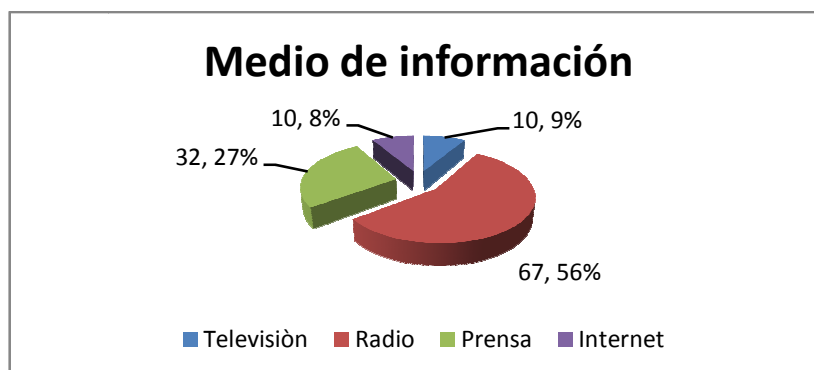


Gráfico No. 17 Encuestados: Medio de información

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

Los turistas se informan del cantón Guano por medio de la radio con un 56 %, utilizan la prensa un 27%, la televisión un 9 % y finalmente el internet en un 8%.

o) Perfil del turista nacional

- Los turistas que llegan al cantón Guano para visitar sus atractivos turísticos tienen una edad promedio de 33 años.
- El 52% de turistas provienen de la ciudad de Riobamba y un 11% de la ciudad de Quito, son profesionales en un 43% y su nivel de educación es superior representada por el 52%.
- El 65% de las personas viajan 1 vez por mes, a los turistas les interesa viajar dentro de un paquete turístico, ya que el 53% viaja con su familia.
- Todos los turistas nacionales desean conocer los atractivos de Guano con su conglomerado natural y cultural, por lo que un 68% desea realizar viajes organizados.
- El 14% de los turistas nacionales desean conocer la Iglesia de María Inmaculada, el 12% las ruinas arqueológicas de la Asunción, el 11% los Hieleros del Chimborazo y el 10% la gastronomía. Se muestra la religiosidad del pueblo ecuatoriano al igual que el interés por conocer nuevas culturas.

- El 13% de los turistas nacionales desean conocer el Nevado Chimborazo, el 11% por visitar el Templo Machay, el 10% por la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo, el 9% por la Colina de Lluishig y los Elenes. Los turistas aprecian la naturaleza.
- Las actividades preferidas son recorridos en Guano en un 17 %, el 12% las caminatas y cabalgatas, el 11% paseos en canoas, el 8% el senderismo y paseos en cuadroneos.
- El tiempo de permanencia en Guano sería de uno o dos días, 46% y 35% respectivamente, los servicios preferidos son hospedaje, transporte, alimentación y guianza en un 40%, por un paquete diario y personal un 82%, estarían dispuestos a pagar \$ 25 dólares americanos, el medio de información preferido para realizar viajes para turistas nacionales es la radio en un 56% y la prensa en un 27%.

2) Demanda turística extranjera

a) Edad

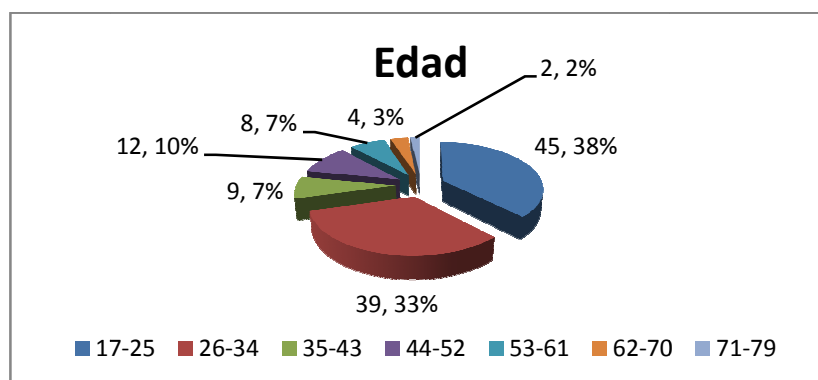


Gráfico No 18. Encuestados: Edad

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

De las 119 encuestas aplicadas se establece que el rango de edad de los turistas extranjeros va desde los 17 años hasta los 79 años, el 38% de visitantes tiene de 17 a 25 años, seguido del grupo

de 26 a 34 años con un porcentaje del 33%, el 10% de encuestados tiene de 44 a 52 años, el 7% poseen de 35 a 61 años, el 3% 62 a 70 años y el 2% de 71 a 79 años, siendo datos comprensibles para tomar en cuenta que actividades pueden desarrollar los turistas.

i) Media aritmética de la Edad

Cuadro N° 41. Media aritmética de la edad

Rango (edad)	Frecuencia	Media (x)	F*x
17-25	45	21	945
26-34	39	30	1170
35-43	9	39	350
44-52	12	48	576
53-61	8	57	456
62-70	4	66	264
71-79	2	75	150
TOTAL	119		3911

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

$$\bar{X} = \frac{\sum xf}{\sum F} \quad \bar{X} = \frac{3911}{119} \quad \bar{X} = 33$$

La edad promedio de los turistas extranjeros que visitarán el cantón Guano es de 33 años sean estos hombres o mujeres.

b) Género

Cuadro N° 42. Encuestados: Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	67	73
Femenino	52	27
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

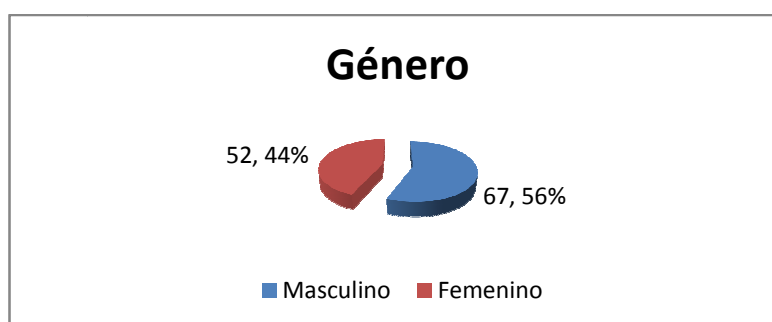


Gráfico No. 19 Encuestados: Género

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 56% de las personas encuestadas fueron de género masculino, mientras que el 44% fueron de género femenino.

c) Ocupación

Cuadro N° 43. Encuestados: Ocupación

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Estudiantes	67	56
Profesionales	37	31
Jubilados	15	13
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

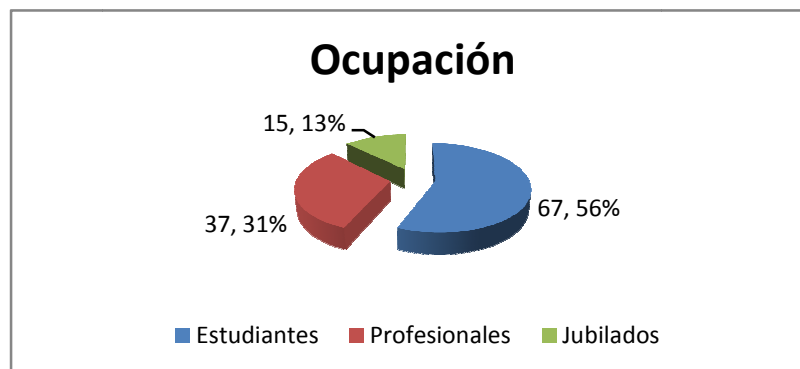


Gráfico No. 20 Encuestados: Ocupación

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

La mayoría de los turistas extranjeros que llegan a Guano son estudiantes en un 56%, seguido por profesionales en un 31% y el 13% son jubilados, lo que indica que los circuitos turísticos deben ser diseñados con actividades acordes a los mismos.

d) Procedencia

Cuadro N° 44. Encuestados: Procedencia

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Europa	83	70
América	27	23
Asia	9	7
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

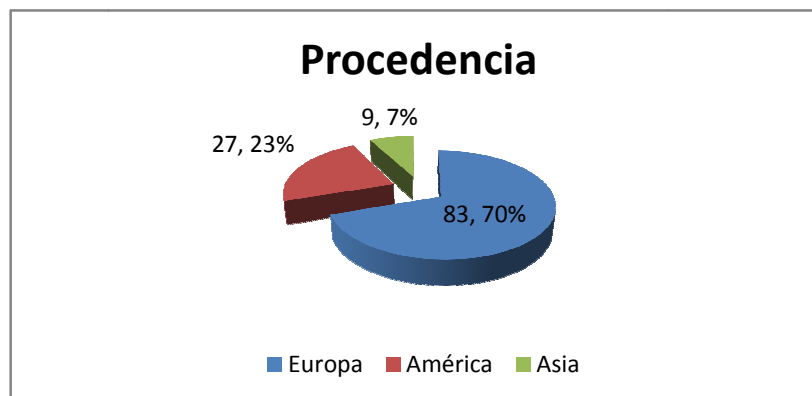


Gráfico No. 21 Encuestados: Procedencia

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

Según las encuestas efectuadas el 70% de las personas son procedentes del continente europeo (Alemania, Holanda, Francia, Inglaterra, Polonia, Bélgica), el 23% del continente americano (Canadá, EE.UU) y el 7% del continente asiático (Japón). Por lo que la oferta deberá canalizarse a dichos segmentos de mercado internacional.

e) Nivel de Educación

Cuadro N° 45. Encuestados: Nivel de educación

Nivel de Educación	Frecuencia	Porcentaje
Primario	0	0
Secundario	20	17
Superior	69	58
Postgrado	30	25
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

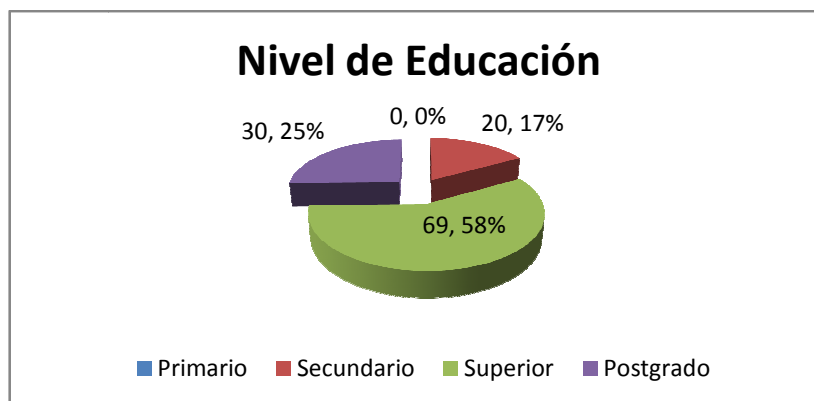


Gráfico No. 22 Encuestados: Nivel de educación

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 58 % de los turistas tienen un nivel de educación superior, el 25% poseen un postgrado, el 17% tienen una instrucción secundaria. La gran mayoría tienen antecedentes de haber viajado ya por distintas partes del mundo por lo cual conocen también del turismo bien manejado, lo que implica que son turistas más educados y requerirán servicios más elaborados.

f) Frecuencia con que viajan los turistas

Cuadro N° 46. Encuestados: Frecuencia de viajes

Frecuencia de viajes	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al mes	23	65
2 veces al año	81	28
3 o más veces al año	15	7
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

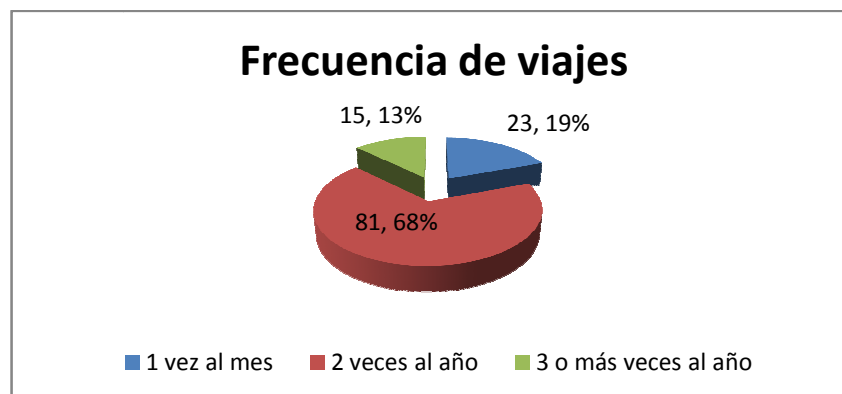


Gráfico No. 23 Encuestados: Frecuencia de viaje

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 68 % de los turistas realizan viajes 2 veces al año, el 19 % viajan 1 vez al mes y el 13 % restante 3 o más veces al año. Lo que nos quiere decir que la oferta del producto debe tener en cuenta la estacionalidad.

g) Con quién viajan

Cuadro N° 47. Encuestados: Con quién viajan

¿Con quién viajan?	Frecuencia	Porcentaje
Familia	16	53
Amigos	29	14
Pareja	66	25
Solo	8	8
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

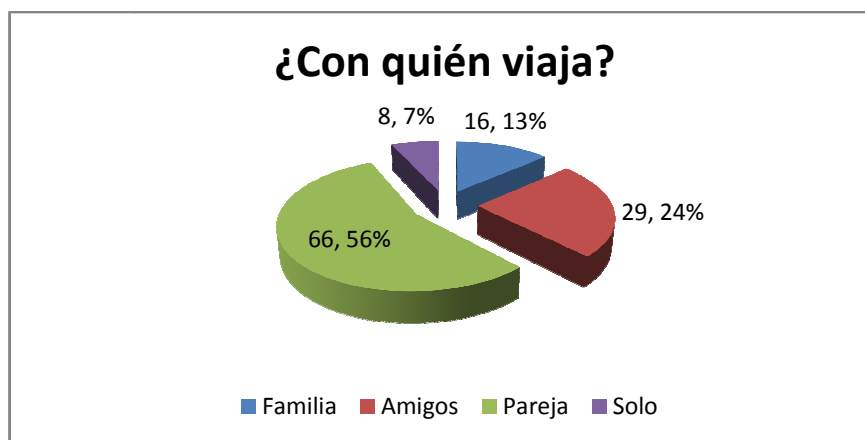


Gráfico No. 24 Encuestados: Con quién viajan

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 56 % de los turistas viajan con su pareja, el 24 % lo hacen con sus amigos, el 13 % lo realizan con su familia y el 7 % lo hacen solos, lo que indica que para el diseño de los circuitos se deberán acondicionar los servicios para que cada turista pueda hacer uso de los mismos en compañía de por lo menos una persona o más.

h) Turistas que quisieran conocer los atractivos de Guano

Cuadro N° 48. Encuestados: Turistas que desean visitar los atractivos de Guano

Desea conocer los atractivos de Guano	Frecuencia	Porcentaje
Si	119	100
No	0	0
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

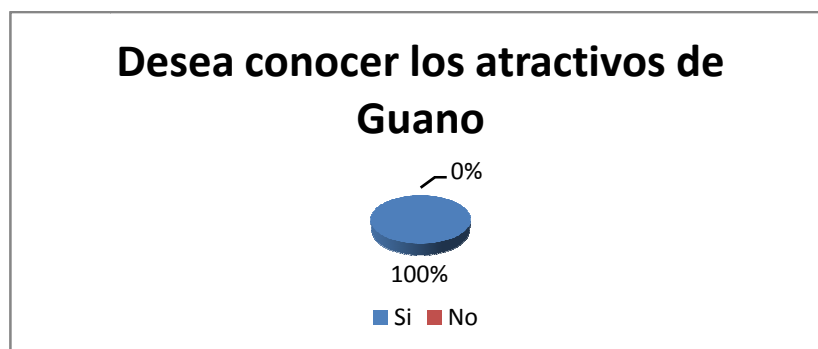


Gráfico No. 25 Encuestados: Turistas que desean visitar los atractivos de Guano

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 100 % están dispuestos a conocer los atractivos la aceptación es buena, la inclinación de los turistas por disfrutar de los atractivos es exitosa, ello demuestra que Guano tiene potencial turístico para ser aprovechado.

i) Atractivos de Guano que prefieren los turistas

Cuadro N° 49. Encuestados: Atractivos de Guano que prefieren los turistas

¿Desea conocer los atractivos culturales de Guano?	Frecuencia	Porcentaje
Hieleros del Chimborazo	17	14
Estación de Urbina	12	10
Tallados en piedra	10	8
Museo	15	13
Iglesia la Inmaculada	7	6
Artesanías de cabuya y totora	9	8
Ruinas arqueológicas de la Asunción	14	12
Imagen del Señor de la Buena Muerte	6	5
Artesanías de cuero y tejidos	10	8

Gastronomía	11	9
Monumentos	8	7
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

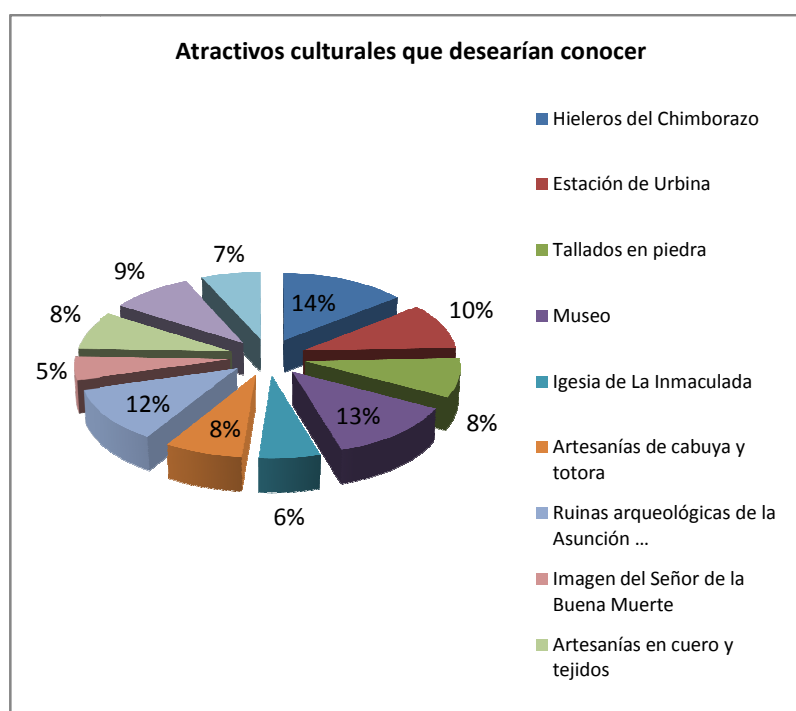


Gráfico No. 26 Encuestados: Atractivos de Guano que prefieren los turistas

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 14% de los turistas extranjeros desean conocer los Hieleros del Chimborazo, el 13% el Museo, y el 12% las ruinas arqueológicas de la Asunción, el 10% la estación de Urbina, el 9% la gastronomía, el 8% las artesanías de cabuya, totora, cuero, tejidos y tallados en piedra, el 7% monumentos, el 6% la Iglesia de la Inmaculada y el 5% la imagen del Señor de la Buena Muerte, en lo que atractivos culturales se refiere. Los turistas valoran la riqueza cultural de los pueblos, por tanto la oferta a desarrollarse deberá contener estos recursos culturales.

Cuadro N° 50. Encuestados: Atractivos de Guano que prefieren los turistas

¿Desea conocer los atractivos naturales de Guano?	Frecuencia	Porcentaje
Cascada y páramo de Cóndor Samana	8	7
Cumbres del cerro Iqualata	6	5
Nevado Chimborazo	16	14
Reserva de Producción Faunística de Chimborazo	14	12
Los Elenes	7	6
Colina de Lluishig	13	11
Laguna de Valle Hermoso	9	8
Fuentes del Machay	4	3
Cerro Guaslán de Yanacocha	11	9
Mirador la Palestina	6	5
Templo Machay	12	10
Quebrada de San Sebastián	4	3
Cueva del rey pepino	5	4
Bosque de los huillis	4	3
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

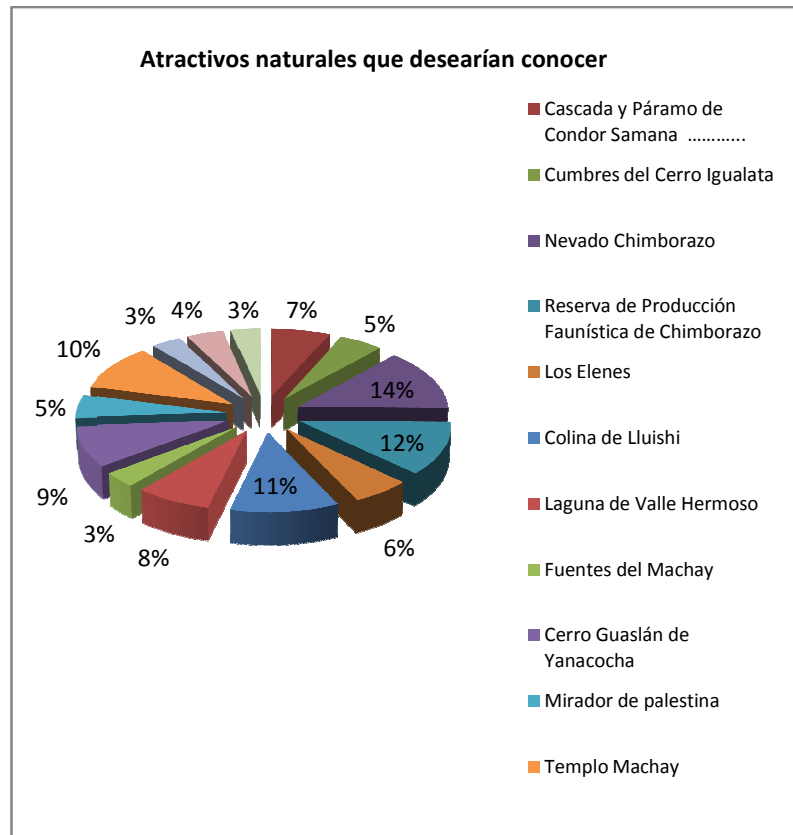


Gráfico No. 27 Encuestados: Atractivos de Guano que prefieren los turistas

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 14% de los turistas extranjeros se inclina por visitar el Nevado Chimborazo, el 12% por conocer la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo, el 11% por la Colina de Lluishig , el 10% por el Templo Machay, el 9% por el Cerro Guaslán de Yanacocha, el 8% por la Laguna de Valle Hermoso, el 7% por la Cascada y páramo de Cóndor Samana, el 6% por Los Elenes, el 5% por el Mirador La Palestina y las Cumbres del Iguolata, el por 4% la Cueva del Inca y el 3% por el Bosque Andino de Los Huillis, la Quebrada de San Sebastián y las Fuentes del Machay, Los turistas se deleitan con los paisajes naturales, siendo óptimos para el futuro diseño del producto turístico.

j) Turistas que les gustaría realizar un viaje organizado en Guano

Cuadro N° 51. Encuestados: Turistas que les gustaría realizar un viaje organizado en Guano

¿Les gustaría realizar un viaje organizado?	Frecuencia	Porcentaje
Si	73	61
No	46	39
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.



Gráfico No. 28 Encuestados: Turistas que les gustaría realizar un viaje organizado en Guano

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 61 % de los turistas dijeron que si les gustaría realizar un viaje organizado en Guano mientras el 39 % dijeron que no, esto indica que más de la mitad de turistas que llegan a Guano podrían hacer uso de la oferta de productos turísticos.

k) Actividades preferidas por los turistas

Cuadro N° 52. Encuestados: Actividades preferidas por los turistas

Actividades preferidas por los turistas	Frecuencia	Porcentaje
Ciclismo de montaña	13	11
Paseo en canoas	10	8
Caminatas	16	14
Recorrido en Guano	13	11
Paseo en cuadrones	7	6
Montañismo	8	7
Escalada en roca	10	8
Parapente	11	9
Senderismo	12	10
Cabalgatas	11	9
Convivencias	8	7
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

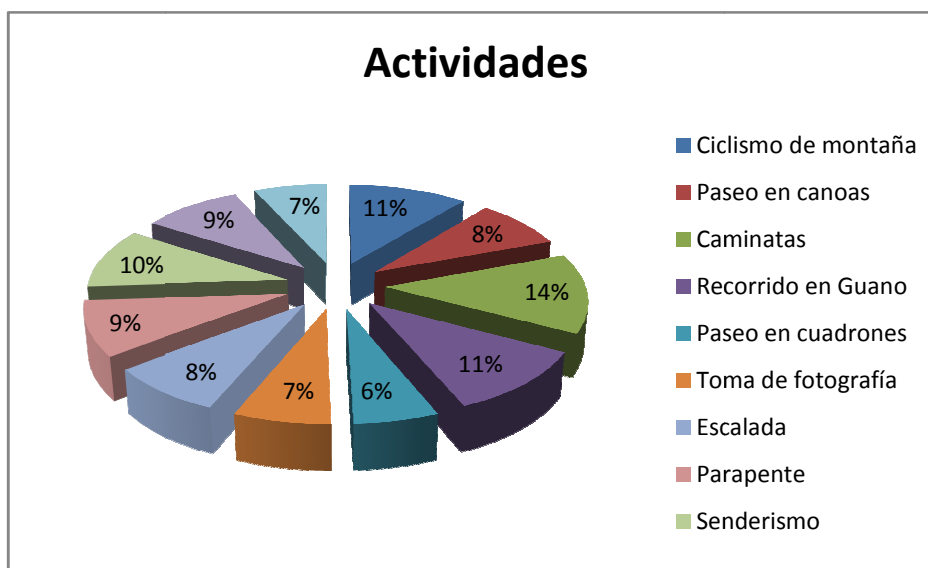


Gráfico No. 29 Encuestados: Actividades preferidas por los turistas

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 14 % prefieren las caminatas, el 11% el ciclismo de montaña y recorridos en Guano, el 10% el senderismo, el 9% las cabalgatas y parapente, el 8% la escalada en roca y paseos en canoas. Además de ello son gustosos de practicar otras actividades como las convivencias y el montañismo.

1) Cuántos días permanecerían los turistas en Guano

Cuadro N° 53. Encuestados: Cuántos días permanecerían los turistas en Guano

¿Cuántos días permanecerían los turistas en Guano?	Frecuencia	Porcentaje
1 día	53	45
2 días	47	39
3 o más días	19	16
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

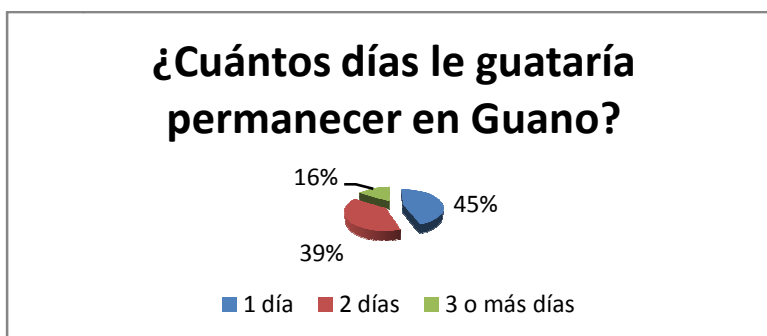


Gráfico No. 30 Encuestados: Cuántos días permanecerían los turistas en Guano

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 45 % de los turistas prefieren estar un solo día en Guano, el 39 % se inclinan a pasar 2 días y el 16 % les gustaría permanecer 3 días o más; por lo que los paquetes deberán ser diseñados solo para el lapso de uno o dos días.

m) Servicios que los turistas prefieren

Cuadro N° 54. Encuestados: Servicios que los turistas prefieren

Servicios que los turistas prefieren	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	18	15
Guianza	24	20
Transporte	17	14
Alojamiento	15	13
Todas	45	38
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

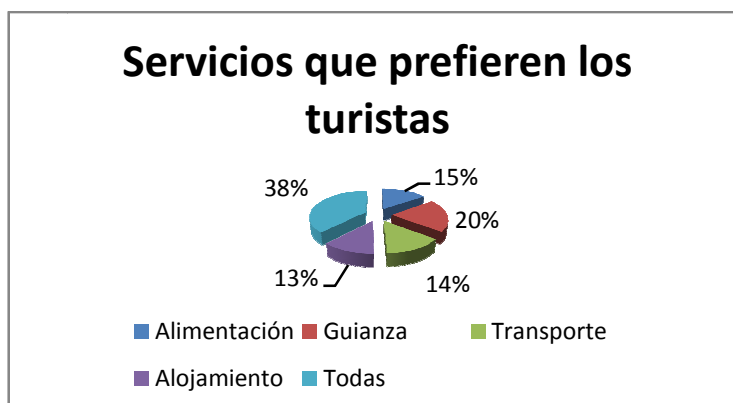


Gráfico No. 31 Encuestados: Servicios que los turistas prefieren

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 20 % de los turistas requieren que los paquetes turísticos que compran incluyan guianza, el 15 % prefieren la alimentación, el 14% el servicio de transporte, el 13% alojamiento y el 38% prefiere que un paquete incluya todos los servicios, por lo que los productos a ofertar deberán contener todos los servicios posibles, que cumplan los requerimientos de los turistas.

n) Precios que los turistas estarían dispuestos a pagar

Cuadro N° 55. Encuestados: Precios que los turistas estarían dispuestos a pagar

Precios que los turistas estarían dispuestos a pagar por 1 día	Frecuencia	Porcentaje
\$25	47	40
\$26 a 40	41	34
Más de \$40	31	26
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

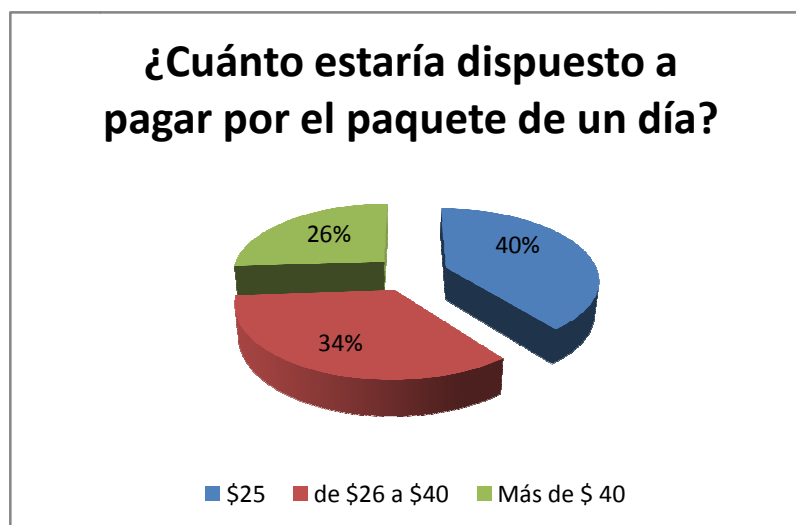


Gráfico No. 32 Encuestados: Precios que los turistas estarían dispuestos a pagar

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

El 40% de turistas estarían dispuestos a pagar \$25 por un paquete turístico de un día, el 34 % de \$ 26 a \$ 40, y el 26 % pagarían más de \$ 40 dólares americanos, los productos para ser ofertados deberán considerar el valor máximo a gastar por los turistas.

ñ) Medio por el que se informan las personas para realizar turismo

Cuadro N° 56. Encuestados: Medio por el que se informan las personas para realizar turismo

Medio de información	Frecuencia	Porcentaje
Internet	87	73
Amigos	22	19
Guías turísticas	10	8
Σ	119	100

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-Septiembre de 2009.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

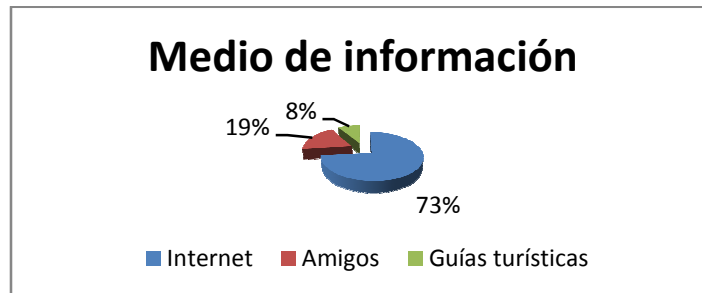


Gráfico No. 33 Encuestados: Medio de información

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Agosto-septiembre de 2009

Elaboración: Francisco Ordóñez P.

Los turistas se informan de Ecuador (Guano) para realizar viajes por medio del internet en un 73 %, por medio de sus amistades en un 19% y mediante las guías turísticas en un 8%. Por lo que la publicidad se encaminará a dichos resultados.

o) Perfil del visitante extranjero

- Los turistas que llegan al cantón Guano para visitar sus atractivos turísticos tienen una edad promedio de 33 años.
- Los visitantes provienen del Continente Europeo en un 70% (Alemania, Inglaterra, Francia, Polonia, Bélgica) como de América del Norte en un 23% (Canadá, EE.UU), son estudiantes en un 56% y su nivel de educación es superior.
- El 68% de los turistas extranjeros viajan 2 veces por año, el 56% viaja con su pareja y el 24% con sus amigos, la tendencia de conocer los atractivos de Guano es muy positiva, es así que el 61% de los turistas les interesa viajar organizadamente.
- El 14% de los turistas extranjeros desean conocer los Hieleros del Chimborazo, el 13% el Museo, y el 12% las ruinas arqueológicas de la Asunción, en los que atractivos culturales se refiere. Los turistas valoran la riqueza cultural de los pueblos.

- El 14% de los turistas extranjeros se inclina por visitar el Nevado Chimborazo, el 12% por conocer la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo, el 11% por la Colina de Lluishig y el 10% por el Templo Machay. Los turistas se deleitan con los paisajes naturales.
- Las actividades preferidas en un 14% son las caminatas, el 11% el ciclismo de montaña y recorridos en Guano, el 10% el senderismo, el 9% las cabalgatas y parapente, el 8% la escalada en roca y paseos en canoas.
- El tiempo de permanencia en Guano sería de uno o dos días, representados por el 45% y 39% respectivamente, los servicios preferidos son hospedaje, transporte, alimentación y guianza en un 38%, el 40% de turistas estarían dispuestos a pagar por un paquete diario y personal como base \$ 25 dólares americanos, el 79% de turistas extranjeros utilizan el internet como medio de información para realizar viajes.

2. Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años.

De acuerdo a los resultados obtenidos del análisis de las encuestas aplicadas a los turistas nacionales el 100% desea visitar los atractivos turísticos del cantón Guano, es decir un universo de 16204 visitantes, igualmente el 100% de turistas extranjeros quiere visitar Guano el cual representa un universo de 8332 visitantes.

La demanda potencial anual que arribará a la ciudad de Guano es de 16204 turistas nacionales y 8332 para turistas internacionales, es decir en un total de 24536 turistas llegarán a Guano para realizar turismo. La proyección para los próximos 5 años de la demanda se muestra en el siguiente cuadro.

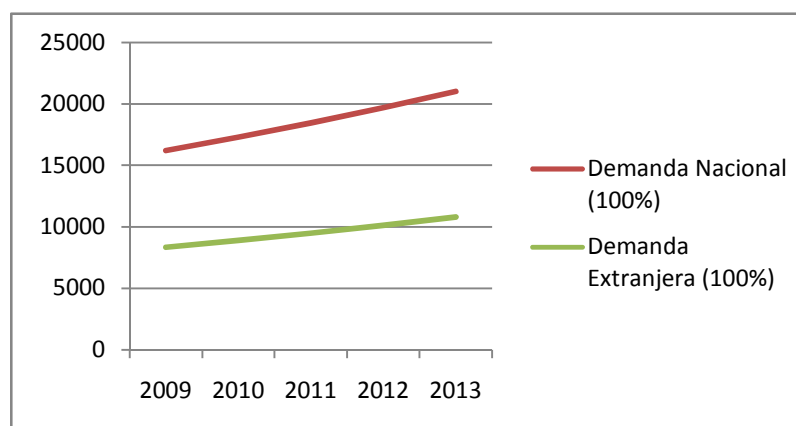
Cuadro N° 57. Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera para los próximos cinco años.

Año	Demanda Nacional (100%)	Demanda Extranjera (100%)
2009	16204	8332
2010	17289	8890
2011	18448	9486
2012	19684	10121
2013	21002	10799

Fuente: Ministerio de Turismo Gerencia Regional Sierra-Centro.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

Gráfico No. 34 Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera para los próximos cinco años.



Fuente: Ministerio de Turismo Gerencia Regional Sierra-Centro.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

3. Análisis de la oferta turística

a. Desarrollo de la oferta a nivel privado (servicios independientes)

1) Atractividad y potencialidad, en el cantón Guano existen 25 establecimientos de hospedaje de los cuales un 36% se hallan en la Parroquia de San Andrés y un 20% en la cabecera cantonal, 19 establecimientos de alimentación y bebidas y 9 centros de recreación, situados en el área urbana, la condición y los servicios que ofrecen estos establecimientos se los puede concebir como aceptables, su calidad varía de acuerdo al personal y organización, ofertando también servicios complementarios, la mayoría de propietarios de albergues y hosterías son conscientes de la calidad de servicio que como anfitriones se les debe otorgar a los turistas, por ello no solo se han limitado a ofrecer los servicios de hospedaje y alimentación, si no a contribuir con la educación e interpretación ambiental del visitante destacándose en este ámbito la Quinta Aidita, el Albergue de Urbina y el Centro de Turismo Comunitario Razu Ñan.

Algunos de estos establecimientos facilitan la operación y visita a atractivos turísticos pues se ubican en las cercanías de los mismos tanto en la zona urbana(Quinta Aidita, Quinta Karen Estefanía, Hostería Vista Hermosa) como rural(Hotel Casa Blanca, Hostería Portón Andino, Hostería Los Eucaliptos, Albergue Estrella del Chimborazo, Cerro Viejo, Centro de turismo comunitario Razu Ñan, Albergue de Urbina, Hostería Portal Andino, Albergues Jatun wasi y Urcu wasi), el nivel de desarrollo de estos sitios cabe indicar que parten de iniciativas privadas las mismas que deben ser apoyadas por los organismos competentes (municipio, consejo provincial, entre otras) según su ámbito de actuación en el marco legal respectivo.

2) Infraestructura y equipamiento, la planta e infraestructura para turismo se concentra en la cabecera cantonal de Guano como en la Parroquia de San Andrés, la zona urbana del cantón se ve favorecida en la infraestructura básica y el acceso a sistemas de comunicación; las carreteras y caminos vecinales a nivel parroquial son de segundo y tercer orden con escaso mantenimiento y dificultad de desplazamiento, existe una escasa señalización turística, salvo algunas excepciones que se aprecian en la Parroquia de San Andrés, en donde la misma ha sido impulsada por los

propietarios de los lugares turísticos más no facilitados por los gobiernos seccionales siendo su ámbito de competencia.

La infraestructura de transporte y terminales son modestas con una visión hacia el progreso de las mismas con las facilidades gubernamentales mediante el Plan Renova, al cambiar sus unidades antiguas por actuales las mismas que facilitarán la conectividad a los atractivos, obviamente si el gobierno seccional dirige su atención a la creación y mantenimiento de las vías, una buena cobertura de los servicios básicos como también un adecuado manejo y tratamiento de desechos, asimismo colaborará con la operación del turismo y se optimizará la inversión privada.

3) Facilidades e instalaciones, la mayoría de establecimientos turísticos cuentan con un adecuado y en algunos casos modestos caminos para la conectividad y acceso a los mismos, asimismo han dotado de sistemas de información de sus instalaciones para el conocimiento de sus visitantes (trípticos, tarjetas, afiches, libro de visitas, fichas de satisfacción, buzón de sugerencias, letreros y banners informativos acerca de las normas de conducta dentro del establecimiento, horarios de los servicios, dirección y ubicación de los mismos). Algunos sitios de hospedaje poseen senderos, medios interpretativos (Quinta Aidita, Albergue de Urbina, Centro de Turismo Comunitario Razu Ñan).

4) Formación y capacitación, los establecimientos turísticos como hosterías, albergues, posadas, hoteles, moteles, bares, discotecas, restaurantes, poco a poco se han venido fortaleciendo e incrementando su capacidad operacional, y por ende generan más empleo e ingresos económicos, ofrecen servicios de hospedaje, alimentación, esparcimiento, el número de plazas corresponde alrededor de 452 las mismas que generan empleo para unas 135 personas del cantón, aún así es necesaria la capacitación constante en el uso y manipulación de alimentos, formas de atención al cliente, temas ambientales, culturales, turísticos, administrativos, lingüísticos por parte de las entidades competentes como es la municipalidad o el MINTUR.

b. Oferta de productos.

1) Atractividad y potencialidad, de las 36 agencias y operadoras de turismo de la Ciudad de Riobamba catastradas por el MINTUR, 25 se hallan en funcionamiento, la mismas comercializan y ofertan sus productos en paquetes organizados hacia el Volcán Chimborazo y la Ruta en tren, considerados como productos de categoría B según el PLANDETUR 2020.

Como oferta complementaria se hallan las lagunas de Atillo, Ozogoche, el Camino del Inca, ascensión al Altar, Cubillines, Templo Machay, Bosque de Polylepis, Cerro Puñay.

Existen pocos productos y rutas turísticas en el cantón debidamente estructurados, los mismos que son difundidos por agencias u operadoras de la Ciudad de Riobamba, más no por el iTur de la municipalidad, ya que existe una confusión entre atractivo y producto. Todo esto acorta el tiempo de estadía del visitante debido a la limitada oferta.

Dichas entidades captan sus clientes por el medio de publicidad y marketing global como es el internet, así mismo se asocian y comercializan sus productos por medio del denominado e-business, e-commerce, los productos que ellos comercializan en gran escala es la denominada Ruta al Chimborazo, los Hieleros del Chimborazo, la Reserva de Producción Faunística, en lo que respecta a la zona territorial del cantón, los mismos que se venden en paquetes turísticos de 2 a 5 días, todo incluido, hospedaje, alimentación, transporte, guianza, tours; ofreciendo algunas actividades como cabalgatas, caminatas, ciclismo, montañismo, convivencias comunitarias; proporcionándole al turista opciones complementarias con otras actividades y destinos provinciales como el viaje en tren hacia la Nariz del Diablo, la ruta de los volcanes entre otras, es así que los atractivos prioritarios del Cantón Guano por su jerarquía se dan a conocer mundialmente, entonces existe una gran oportunidad de enfatizar e incluir a Guano y sus parroquias poseedoras de otros recursos turísticos con posibilidades de desarrollar turismo, en el compendio turístico nacional y global.

2) Infraestructura y equipamiento, las 20 operadoras y agencias de turismo se ubican en el centro de la ciudad de Riobamba y sus aliados en las operaciones turísticas varían según sus contactos a nivel nacional e internacional, brindando servicios como el pago, envío y recibo de paquetes, venta de tickets, boletos aéreos, marítimos; venta de tours, venta de paquetes nacionales e internacionales.

3) Facilidades e instalaciones, debido a que se constituyen como empresas privadas, están en las mismas cumplir con sus objetivos, y poder desarrollarse como una gran mayorista de turismo ofreciendo calidad en sus productos, promoviendo el desarrollo de la región, para lo cual el municipio debe incentivar la inversión o al menos la cooperar con la dotación de servicios básicos, señalética de los sitios poseedores de recursos turísticos.

4) Formación y capacitación, La mayoría de operadoras de turismo cuentan con el personal apto para la guianza, administración y operación de sus productos, todos bajo contrato y cumpliendo con el marco legal de turismo, se cuenta con un número de 250 guías con licencia según datos proporcionados por el MINTUR, siendo los mismos naturalistas, nativos, tour leader, guías nacionales entre otros.

c. Oferta comunitaria

1) Atractividad y potencialidad, el turismo comunitario dentro del cantón Guano, posee un producto estructurado denominado Razu Ñan, en la Parroquia de San Andrés, en la Comunidad de Pulingui Centro, con su asociación de guías nativos, los mismos que ofertan paquetes organizados hacia el Volcán Chimborazo, Hieleros del Chimborazo, Templo Machay, como también convivencias comunitarias. Proporcionando algunos servicios como alojamiento, alimentación, guianza; y complementando las mismas con actividades como, caminatas, ciclismo, cabalgatas, tours, excursiones, convivencias comunitarias.

Existen otros centros de operación comunitaria en la circunscripción cantonal y en la misma parroquia como es Visión Futura, en la Comunidad Santa Lucía de Chuquipogio y “Calshi”, los

mismos que se encuentra en estudios para una futura implementación de servicios y actividades turísticas que generen empleo y aumenten la cadena de valor en la estructuración de nuevos emprendimientos de turismo comunitario.

2) Infraestructura y equipamiento, los mismos cuentan con algunos servicios básicos, la accesibilidad tiene deficiencias pues son caminos de segundo y tercer orden con escaso mantenimiento, el agua es entubada, no existe recolección de basura, déficit alcantarillado, la O.T.C., Razu Ñan, poseen 4 habitaciones para alojamiento cada una de ellas con 2 literas de 1 plaza con un total para 16 pax, 2 de las habitaciones poseen baño privado mientras que las otras 2 el baño es compartido afuera; la otra planta tiene 1 habitación, con 4 literas de 1 plaza y 1 cama individual con un total para 9 pax, se encuentran equipadas con colchones, cuentan con 1 comedor amplio para 35 personas, además poseen 1 sala grande para realizar capacitaciones y eventos. Los dos centros de operación comunitaria aunque todavía no se consoliden como producto poseen la infraestructura física para su posterior funcionamiento, es así que Visión Futura tiene 2 habitaciones con una capacidad de 18 personas y un comedor con una capacidad de 10 personas, Calshi cuenta con un albergue destinado a la atención turística.

3) Facilidades e instalaciones, cuentan con guías nativos, medios interpretativos, alquiler de caballos (Razu Ñan), cooperativa solidaria.

4) Formación y capacitación, Su personal se capacita acorde a los cambios de la demanda turística cumpliendo un cronograma de trabajo, en temas ambientales, culturales, turísticos, administrativos, se constituyen como una asociación de guías nativos bajo la coordinación de la CORDTUCH.

4. Competencia

Al hablar de la competencia el Cantón Guano toma como referencia los avances en materia turística a nivel cantonal y provincial. Tratando de alcanzar dichas escalas, la meta de la municipalidad es convertir a Guano en un destino turístico no de forma aislada sino siendo parte

integral de oferta turística provincial volviendo factible no solo desarrollar uno, sino varios productos turísticos territoriales en conjunto, siendo conscientes de ser una región megadiversa con miras de inclusión y equidad asociados al desarrollo para aprovechar las potencialidades existentes.

En relación a los atractivos y según el análisis del PLANDETUR 2020, en la conformación de Destinos Turísticos Regionales e incidencia de la pobreza, la Región Sierra es considerada como una de las zonas potenciales en recursos turísticos para poder desarrollar turismo tanto en su compendio natural como cultural, 8 de los 10 cantones de la Provincia de Chimborazo poseen atractivos turísticos potenciales es decir de jerarquía IV y III, siendo el Cantón Guano uno de los favorecidos con un puntaje moderado de 76 de un total provincial de 1437 puntos, revelando un índice de potencialidad turística del 0.03, este análisis comparado con el índice de pobreza extrema del cantón que corresponde al 49.96% con un índice del 0.57, esta condición hace referencia a la posibilidad de reducir los porcentajes de pobreza pues el Cantón Guano tiene una zona potencial constituida por algunos atractivos turísticos relevantes y de alta potencialidad que junto a iniciativas comunitarias pueden aportar gran valor a la hora de distribuir los beneficios turísticos como la posibilidad del desarrollo y ordenamiento turístico territorial, promoviendo un turismo sostenible para mejorar la calidad de vida de las comunidades.

La oferta y difusión turística por parte de las unidades de turismo municipales de otros cantones a nivel provincial, no constituyen como productos estructurados como tal, salvo el caso de los cantones: Alausí que oferta tours a la Nariz del Diablo, city tours, excursiones a las Lagunas de Ozogoché, tours a las Cascadas del Carmen, Cerro Danas, turismo comunitario en Nizag; el Cantón Chunchi oferta tours al Cerro Puñay, Camino del Inca e impulsa el turismo comunitario en las zonas de Luanag y Charron y el Cantón Riobamba dando a conocer sus atractivos a través de los denominados enclaves que abarcan el centro histórico de la ciudad.

Cada cantón posee recursos y atractivos turísticos particulares con potencial, posibilitando emprender acciones en conjunto sean estas públicas, privadas o comunitarias para fortalecer el turismo, se puede mencionar entonces al Cantón Penipe con el Volcán El Altar; a Chambo con

las Aguas Termales de Guayllabamba, los Cubillines; a Colta con su laguna, la histórica iglesia de Balbanera; a Guamote con su tradicional carnaval, las Lagunas de Atillo; a Pallatanga y Cumanda con sus ríos y cascadas, además de ello la gran biodiversidad y la bondad de su clima.

De acuerdo con el sistema turístico los cantones de la Provincia de Chimborazo, respecto a la infraestructura a nivel urbano se encuentran dotados de los servicios básicos (agua potable, energía eléctrica, telefonía móvil o fija, viabilidad), saneamiento ambiental (recolección de basura, alcantarillado), a nivel parroquial cada uno de los cantones adolece en infraestructura pues la instalación de las mismas por la topografía del terreno vuelve compleja su implementación otro agravante es el bajo presupuesto, en otros casos no existe un manejo adecuado de los desechos, el agua es entubada, la cobertura de energía eléctrica y servicio telefónico es limitado, la conectividad se dificulta pues las carreteras son en la mayoría de segundo o tercer orden con escaso mantenimiento y señalización.

La planta turística (hospedaje, alimentación, recreación) igualmente se concentra a nivel urbano en los cantones de la Provincia de Chimborazo, pues han tomado como estrategia el casco comercial al que los visitantes llegan con facilidad y en los mismos gozan de todas las facilidades y servicios básicos, algunas de las parroquias poseen planta turística siendo unas pocas sitios claves pues se encuentran cercanas a los atractivos, ofreciendo servicios complementarios agregando valor a su producto. Los Cantones de Riobamba, Alausí, Chambo, Pallatanga y Guano poseen establecimientos de primera categoría.

De los 575 establecimientos turísticos catastrados a nivel provincial por el MINTUR, 174 establecimientos pertenecen a los sitios de hospedaje, 344 a los lugares de alimentación y bebidas y 57 a las zonas de diversión y esparcimiento.

La mayoría de establecimientos se concentran en la capital provincial como es el Cantón Riobamba, con 117 sitios de hospedaje (67%), 294 lugares de alimentación y bebidas (85%) y 45 áreas de diversión y esparcimiento (79%). Esta concentración es una muestra clara del nivel de desarrollo turístico alcanzado por la capital provincial respecto a los otros cantones.

Respecto a la superestructura turística en la mayoría de los cantones sus municipios son descentralizados a excepción de Chambo, Cumanda, Penipe y Pallantanga, constituyéndose como una fortaleza pues está en manos de los mismos organizar y planificar el desarrollo turístico en su localidad, la transferencia de competencias dada en el año 2002 con el Plan de desarrollo estratégico participativo, impulso la creación de las unidades de turismo municipales en los diferentes cantones de la provincia facilitando la planificación, desarrollo y control de las actividades turísticas, propendiendo convertir sus territorios en destinos turísticos anexados a productos estructurados. Es así que los diferentes cantones como es el caso del Cantón Alausí apoya el Proyecto de Rehabilitación del Ferrocarril, también hace hincapié en la estructuración de productos turísticos (paquetes, tours, rutas, etc), su iTur ha venido trabajando en diferentes ámbitos como son las capacitaciones a los prestadores de servicios turísticos, fortalece la actividad turística comunitaria, promueve la participación activa de sus pobladores como buenos anfitriones turísticos, a más de ello siempre están a la vanguardia y expectativa de las preferencias en calidad de la demanda ofreciendo tours, paquetes, recorridos a los lugares turísticos de su zona, difundiendo no solo sus atractivos sino también los recursos turísticos de su provincia y país, acciones similares cumple la municipalidad del cantón Chunchi (Proyecto Cerro Puñay), Riobamba (Producto Centro Histórico, Difusión turística parroquial, Digitalización del catastro) y Chambo (Plan participativo de desarrollo turístico) como los municipios que están avanzando en materia turística; Penipe (Corredor del Volcán Tungurahua), Guamote (Turismo comunitario, Productos turísticos hacia las Lagunas de Atillo), Colta (Proyecto Regeneración de la Laguna de Colta) siguen fortaleciendo su marco legal en programas y proyectos turísticos al igual que Cumanda (Plan participativo de desarrollo turístico) y Pallatanga (Proyecto rutas de las cascadas) mostrándose impetuoso al poder desarrollar un turismo sostenible en sus regiones.

En relación al sistema de gobernanza y marco legal, el 40% de los municipios (Riobamba, Guano, Alausi y Chunchi), han tratado de fortalecer su accionar a través de la implementación de los iTur, asumiendo funciones y responsabilidades como el desarrollo de ordenanzas para el cobro de patentes y licencias así como también valorar y proteger sus recursos y atractivos

turísticos, entre otras, lo cual demuestra una superación y adelanto en el acontecer turístico , mientras que el 60% restante aún no han asumido el convenio de transferencia de competencias limitando su accionar a la difusión turística mediante trípticos, afiches, guías turísticas, revistas, medios publicitarios como radio, prensa, televisión, internet entre otros, bajo la coordinación de los gobiernos seccionales y el MINTUR.

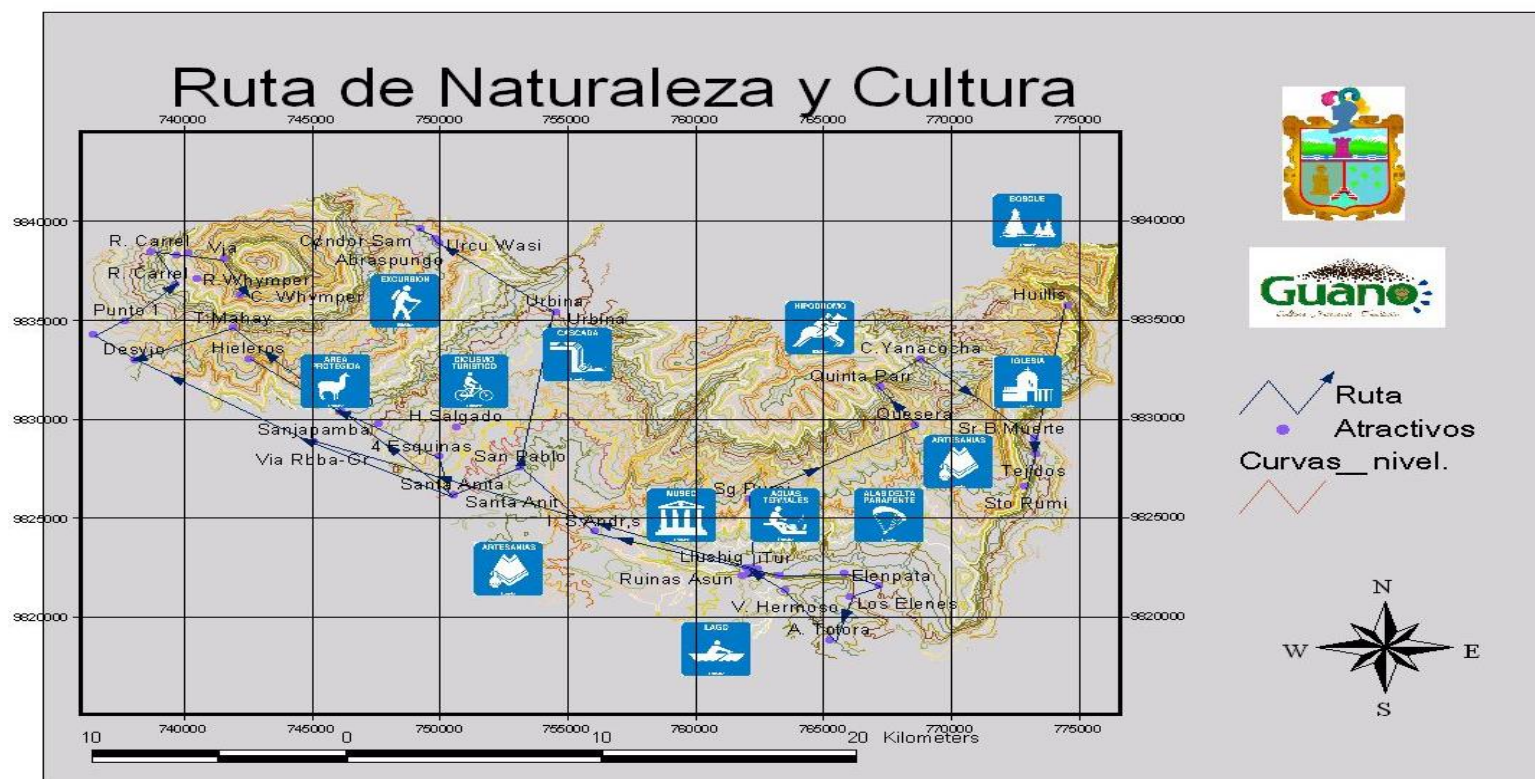
Sin embargo se debe destacar que cada gobierno seccional posee un plan de desarrollo local, en el que se pretende impulsar el turismo en conjunto con algunos otros ámbitos como el ambiente, la salud, educación, infraestructura, los mismos que son necesarios para poder hablar de estudios, diseños y estructuraciones de productos turísticos.

A pesar de ello no todos los municipios cuentan con un Plan de Desarrollo Turístico Cantonal, y mucho menos con Unidades Técnicas Municipales de Turismo, lo cual hace que los proyectos en materia turística se vuelvan aislados, poco efectivos y en algunos casos inejecutables por la falta de recursos económicos y asistencia técnica especializada.

C. DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

1. Mapa de identificación de la Ruta de Naturaleza y Cultura

Mapa N° 01. Ruta de Naturaleza y Cultura



Elaborado por: Francisco Ordóñez

2. Concepto de la ruta

La provincia de Chimborazo se caracteriza por el patrimonio natural y cultural que posee, los mismos que constituyen un elemento fundamental para el desarrollo de actividades turísticas.

Al ser considerado el Cantón Guano Capital Artesanal y Turística del Ecuador, importante denominación que guarda valores naturales y culturales que se expresa en una larga trayectoria histórica del pueblo Purawa, ejemplo de trabajo y desarrollo reflejado en su identidad cultural, enmarcada esencialmente por la creatividad y la dedicación de su gente al trabajo, enfocada en su sabiduría y tradiciones, con la característica de ser “cada casa un taller” sus alfombras son su tradición, a la que se suman las confecciones en cuero y tejidos de alta calidad; al igual que los sitios de la naturaleza como el imponente Chimborazo, se constituyen importantes atractivos turísticos los mismos que se convierten en una galería natural y cultural a ser visitados por la magia de su encanto y su cosmovisión andina.

3. Potencialidad turística

Están comprendidos los diferentes atractivos turísticos que se encuentran en su recorrido como: la Colina de LLuishig, el museo, Los Elenes, la Laguna de Valle Hermoso, el Cerro Guaslan de Yanacocha, La Cueva del Inca, costumbres y tradiciones de la Parroquia de La Providencia, el Bosque de Los Huillis, San Pablo, Urbina, la Cascada de Cóndor Samana, el Encañonado de Abraspungo, la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo, el Volcán Chimborazo, el Templo Machay, estos tres últimos atractivos turísticos se encuentran dentro de la jerarquía III y IV, formando parte del potencial turístico de la ruta, el trayecto turístico de la misma debe desarrollarse con una visión diferente al turismo tradicional, es decir la nueva visión del turismo debe alcanzar la sostenibilidad natural, cultural y económica, es decir explotando racionalmente los recursos naturales y a la vez conservándolos para las futuras generaciones, consiguiendo una cooperación entre la naturaleza y ser humano posibilitando generar empleo desterrando en lo posible la pobreza, de la misma forma posibilitando al turista compartir y descubrir las

tradiciones, costumbres y hábitos de los pueblos, enriqueciendo aún más la diversidad cultural de los mismos.

4. Planta turística disponible

En la Ruta de Naturaleza y cultura involucra varios sitios que prestan servicios turísticos de hospedaje, alimentación, transporte y recreación las cuales están detalladas en el análisis de la oferta actual en los cuadros N° 21 y 22.

5. Requerimientos de la Ruta de la Naturaleza y Cultura

- Programa de formación y capacitación de técnicos en competencias turísticas a las poblaciones cercanas a la ruta (Guano y sus parroquias rurales) en conservación y mantenimiento del patrimonio natural y cultural, con la guía de un centro educativo superior acreditado.
- Programas de tecnificación y capacitación artesanal, para el uso, dominio y aplicación de tecnologías en la elaboración de artesanías, la administración, mercadeo y comercialización.
- Capacitación y asistencia técnica en museología.
- Mejoramiento y equipamiento de los Refugios del Chimborazo.
- Implementación y mejoramiento de senderos y señalización turística a nivel cantonal, bajo las normas técnicas dispuestas por el MINTUR.
- Gestión de proyectos de desarrollo turístico sostenible, para el aprovechamiento racional de los recursos naturales y culturales.
- Difusión turística integral.
- Planes de revitalización cultural.
- Plan de manejo ambiental para el cuidado y protección de los recursos naturales.
- Disponibilidad y mejoramiento de los servicios básicos, de saneamiento, mantenimiento de las vías de acceso. (Infraestructura turística básica).

- Implementación de un Plan de Seguridad Ciudadana y Turística por parte del Comando Provincial de Policía en coordinación con la I, Municipalidad de Guano, Ministerio de Turismo y entidades afines.

Paquetes turísticos

La elaboración de los paquetes se realizó tomando en cuenta las características de la demanda, potencialidad turística y disponibilidad de servicios.

Se han elaborado siete paquetes turísticos para la operación de la Ruta de la Naturaleza y Cultura.

- Guano Turístico.
- Guano extremo.
- Por las sendas del coloso.
- Chimborazo biking.
- La Cumbre de Whymper.
- Hieleros del Chimborazo.
- Rincones enigmáticos.

a. Paquete 1

1) Características generales del paquete

Nombre del Paquete: Guano Turístico.

Duración: 1 día

Carácter: Naturaleza y Cultura

Tiempo de las actividades: De 8:30 am a 18:30 pm

Tiempo Total: 10 horas

Dificultad: Fácil

Recorrido: Cabecera cantonal de Guano.

2) Itinerario técnico del paquete “Guano Turístico”

Cuadro N° 58. Itinerario técnico del paquete “Guano turístico”

HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
8:00	Salida en automotor desde el Itur.	Guano
8:08	Llegada a la l. de la Inmaculada, interpretación y toma de fotografías, visita al museo y los jardines de la virgen.	Guano
09:00	Salida en automotor a la l. de Santa Teresita, fotografías, observación y participación del proceso artesanal de las mantas de cabuya, degustamiento de la gastronomía típica de la zona.	Guano
10:00	Salida en automotor hacia “Los Elenes”, práctica de deporte y esparcimiento, deleite del ambiente.	Guano
12:30	Salida en automotor con destino a la Laguna de Valle Hermoso, paseos en botes, observación y participación del proceso artesanal de los rodapiés de cabuya (San Gregorio de Yuigan).	Guano
14:30	Salida en automotor a al mirador y a la gruta de La Virgen Inmaculada, deleite del paisaje, toma de fotografías.	Guano
15:00	Salida en automotor hasta la calle de ingreso al cantón (calle Asunción), visita a los Centros artesanales de cuero y lana participación en los procesos de confección.	Guano
16:30	Ingreso al Museo de la Ciudad, interpretación de las ruinas arqueológicas de la Asunción.	Guano

17:15	Recorrido en la Colina de Lluishig, caminata, interpretación ambiental y cultural, trayecto en la tarabita.	Guano
18:15	Recorrido por la Av. 20 de Diciembre, interpretación de monumentos y edificios históricos y religiosos (Iglesia El Carmen)	Guano
19:00	Fin del recorrido, Parque 20 de Diciembre, iTur	Guano

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

a) Requerimientos para la visita

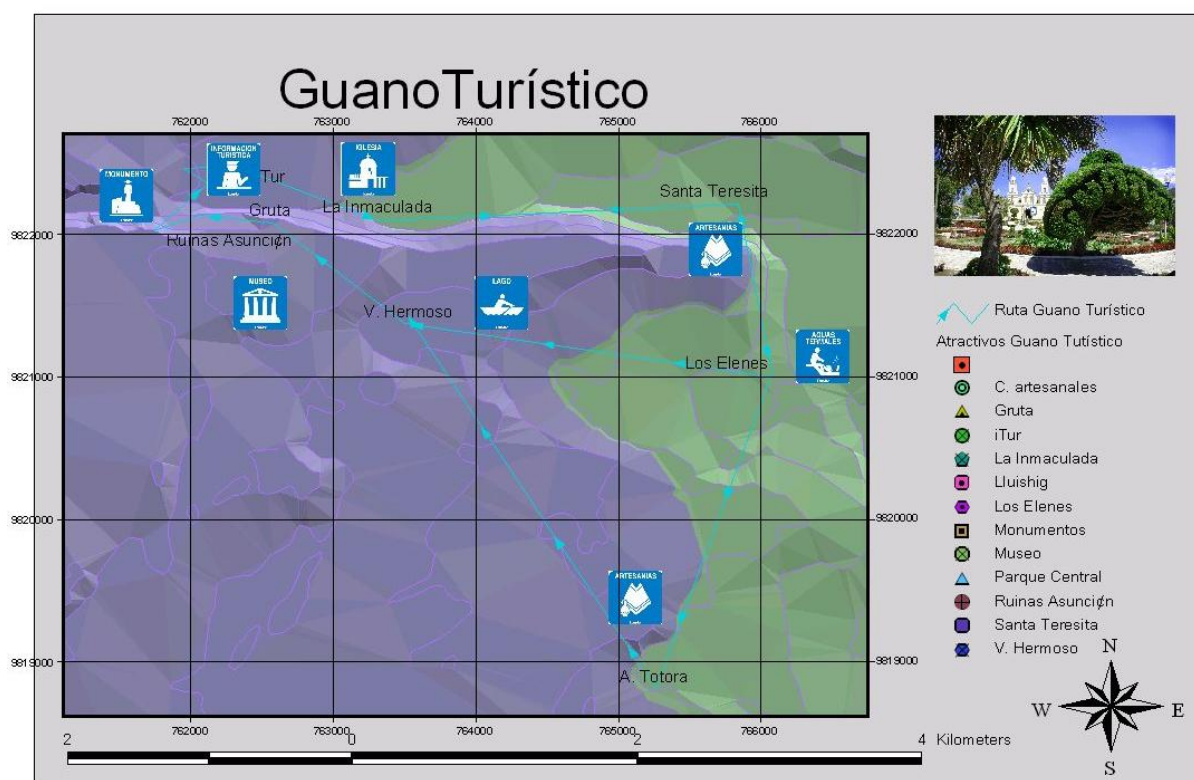
- Ropa cómoda
- Ropa de baño
- Cámara de fotos y/o filmadora
- Protector solar
- Repelente de insectos
- Bebida hidratante
- Gafas

b) Costo aproximado

Estime gastar por este paquete un promedio de 30 dólares por concepto de entradas, alquiler de equipos, alimentación, para conocer la Ciudad de Guano.

3) Mapa temático del paquete “Guano turístico”

Mapa N° 02. Mapa temático del paquete “Guano turístico”



Elaborado por: Francisco Ordóñez.

b. Paquete 2

1) Características generales del paquete

Nombre del Paquete: Guano extremo.

Duración: 1 día

Carácter: Naturaleza y Aventura.

Tiempo de las actividades: De 8:30 am a 18:30 pm

Tiempo Total: 10 horas

Dificultad: Media

Recorrido: Cabecera cantonal de Guano.

2) Itinerario técnico del paquete “Guano extremo”

Cuadro N° 57. Itinerario técnico del paquete “Guano extremo”

HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
08:30	Salida en automotor desde el Itur, hacia el valle de Elenpata.	Guano
08:50	Llegada al valle de Elenpata, relatos históricos de la cultura Elenpata, práctica de parapentismo.	Guano
10:00	Ingreso al Parque Acuático “Los Elenes”, se podrán realizar actividades deportivas, recreativas, disponibilidad de sitios gastronómicos.	Guano
13:00	Salida en automotor con destino a la Colina de Lluishig, práctica de escalada en roca, paseo en la tarabita.	Guano
16:00	Recorrido por el parque central visita a los centros artesanales y gastronómicos de sus alrededores, paseos en cuadrones.	Guano
17:30	Fin del servicio.	

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

a) Requerimientos para la visita

- Ropa cómoda
- Ropa de baño
- Cámara de fotos y/o filmadora

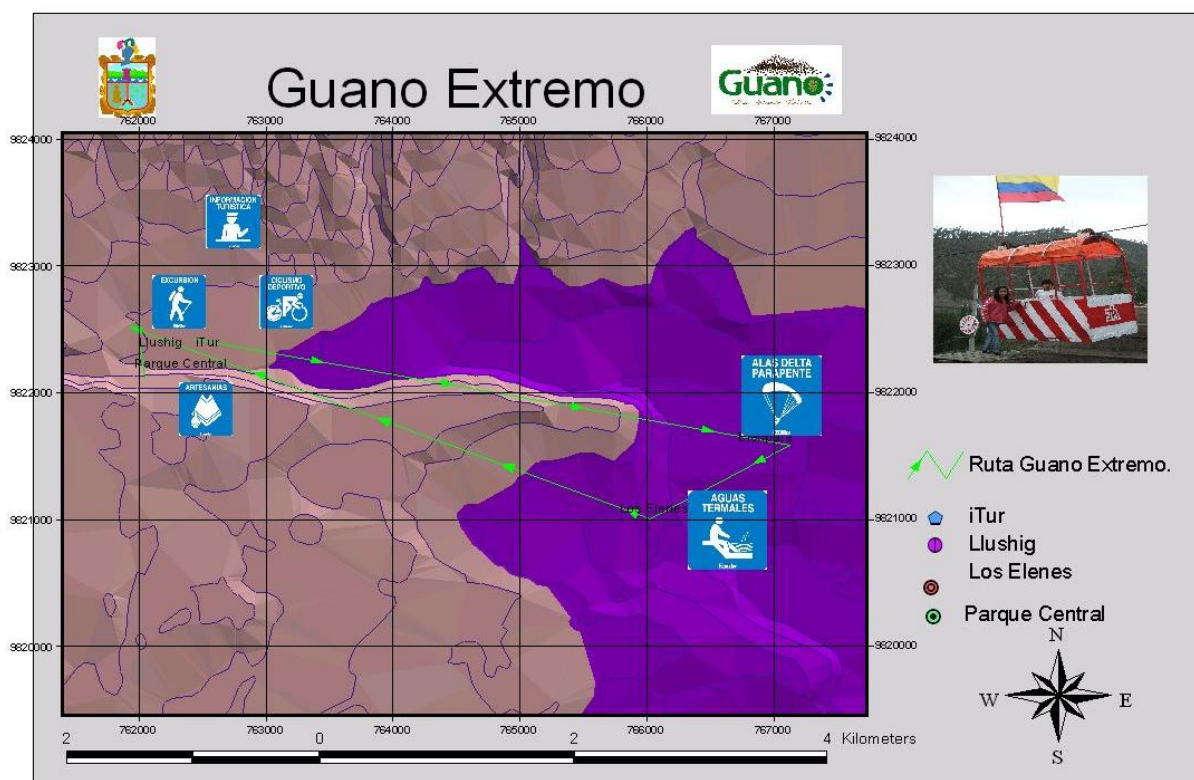
- Protector solar
- Repelente de insectos
- Bebida hidratante
- Gafas

b) Costos

Si es amante de los deportes extremos su capacidad de gasto podría ubicarse en los 100 dólares americanos.

3) Mapa temático del paquete “Guano extremo”

Mapa N° 03. Mapa temático del paquete “Guano extremo”



Elaborado por: Francisco Ordóñez.

c. Paquete 3

1) Características generales del paquete

Nombre del Paquete: Por las sendas del coloso.

Duración: 2 días 1 noche

Carácter: Naturaleza y Aventura

Tiempo de las actividades del primer día: De 8:30 am a 21:30 pm

Tiempo Total: 13 horas

Tiempo de las actividades del segundo día: De 7:30 am a 18:30 pm

Tiempo Total: 10 horas

Dificultad: Media

Recorrido: Parroquia de San Andrés.

2) Itinerario técnico del paquete “Por las sendas del coloso”

Cuadro N° 60. Itinerario técnico del paquete “Por las sendas del coloso”

DÍA	HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
1	8:30	Salida en automotor desde Guano (iTur)	Guano
	8:50	Llegada a la l. de San Andrés, interpretación , toma de fotografías, observación y participación del proceso artesanal de las alfombras de cabuya	San Andrés
	10:00	Salida en automotor hasta San Pablo, participación y observación en la manufacturación de las artesanías en piedra.	San Pablo
	10:45	Salida en automotor a La Estación de Urbina, interpretación de datos históricos relacionados a la antigua estación de ferrocarril, flora del vivero y fauna aledaña, participación en la confección de artesanías de tagua y lana, cabalgatas.	Urbina
	12:30	Salida en automotor al refugio de montaña Urcuwasi, hasta el cruce de la antigua panamericana y la línea férrea, para luego iniciar la caminata hacia el Encañonado de Abraspungo, siendo óptimo la fotografía, observación del paisaje.	Rumipamba
	14:15	Caminata hacia el refugio de montaña Jatun wasi, visita al centro de	Rumipamba

		interpretación ambiental, cultural y gastronómico.	
	15:00	Caminata hasta la cascada de Cóndor Samana, interpretación ambiental, fotografías.	Rumipamba
	16:00	Caminata y retorno hacia El Albergue Santa Anita.	Pulingui Centro
	18:00	Llegada al Albergue Santa Anita.	Pulingui Centro
	19:00	Noche cultural.	Pulingui Centro
	21:30	Descanso.	
2	7:30	Salida en automotor desde el Albergue Santa Anita, hacia el inicio del sendero (Templo Machay).	Urbina
	8:00	Caminata o cabalgata hacia el Templo Machay, observación de camélidos en estado silvestre, interpretación de la flora nativa.	San Andrés
	12:00	Llegada al Templo Machay, ritual ceremonial nativo, observación del paisaje, toma de fotografías, visita al árbol solitario.	San Andrés
	16:00	Salida en automotor rumbo a los Refugios Hermanos Carrel y Whymper. (R.P.F.CH.)	San Andrés
	18:00	Retorno en automotor hasta el Albergue Santa Anita.	Pulingui Centro
	19:00	Llegada al Albergue Santa Anita, despedida y souvenir.	Pulingui Centro

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

a) Requerimientos para la visita

- Ropa cómoda y abrigada
- Guantes de lana.
- Cámara de fotos y/o filmadora
- Protector solar
- Bebida hidratante
- Poncho de aguas
- Botas de caucho

- Gafas

b) Costos

Por el paquete de dos días y una noche en donde usted podrá disfrutar del paisaje del coloso andino puede estimar gastar un promedio de 90 dólares americanos.

3) Mapa temático del paquete “Por las sendas del coloso”

Mapa N° 04. Mapa temático del paquete “Por las sendas del coloso”



Elaborado por: Francisco Ordóñez.

d. Paquete 4

1) Características generales del paquete

Nombre del Paquete: Hieleros del Chimborazo.

Duración: 1 día

Carácter: Naturaleza y Aventura

Tiempo de las actividades: De 8:30 am a 17:30 pm

Tiempo Total: 9 horas

Dificultad: Media

Recorrido: Parroquia de San Andrés.

2) Itinerario técnico del paquete “Hieleros del Chimborazo”

Cuadro N° 61. Itinerario técnico del paquete “Hieleros del Chimborazo”

HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
8:30	Salida en automotor desde la Ciudad de Guano, hacia el Albergue Santa Anita, visita al Centro de Interpretación Ambiental.	Punlingui Centro
9:30	Salida en automotor hacia el sendero de los hieleros.	4 Esquinas
9:35	Caminata hacia la minación de hielo.	Tambohuasha
12:30	Participación en el proceso de excavación de hielo.	Glaciares
16:00	Retorno a la Ciudad de Guano.	4 Esquinas
17:30	Despedida, souvenirs.	Guano

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

a) Requerimientos de la visita

- Ropa cómoda y abrigada
- Guantes de lana.
- Cámara de fotos y/o filmadora
- Protector solar

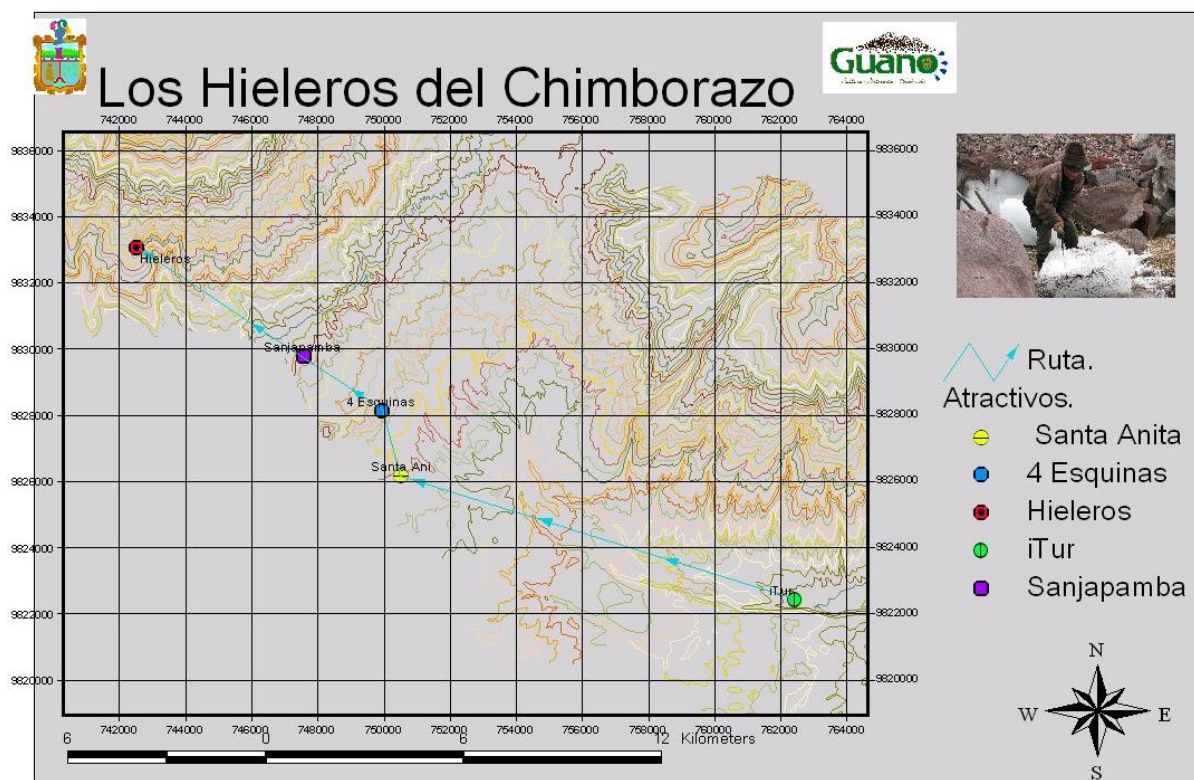
- Bebida hidratante
- Poncho de aguas
- Botas de caucho
- Gafas

b) Costos

Para conocer los Hieleros del Chimborazo en un paquete de un día usted puede estimar un gasto promedio de 30 dólares americanos.

3) Mapa temático del paquete “Hieleros del Chimborazo”

Mapa N° 05. Mapa temático del paquete “Hieleros del Chimborazo”



Elaborado por: Francisco Ordóñez.

e. Paquete 5

1) Características generales del paquete

Nombre del Paquete: Chimborazo Biking.

Duración: 1 día

Carácter: Naturaleza y Aventura

Tiempo de las actividades: De 8:30 am a 16:00 pm

Tiempo Total: 8 horas y 30 minutos

Dificultad: Media

Recorrido: Parroquia de San Andrés (Urbina, Reserva de Producción Faunística de Chimborazo)

2) Itinerario técnico del paquete “Chimborazo Biking”

Cuadro N° 62. Itinerario técnico del paquete “Chimborazo biking”

HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
8:30	Salida en automotor desde la Ciudad de Guano, hacia el Albergue de Urbina.	Guano
9:15	Llegada al Albergue de Urbina, preparación de los equipos de ciclismo.	Urbina
9:45	Inicio del recorrido en bicicletas desde el Albergue de Urbina siguiendo la antigua vía panamericana al sector 4 esquinas de ahí hacia arriba por el camino de los Hieleros hasta empatar con la vía asfaltada Riobamba-Guaranda y luego por senderos de tierra hasta llegar al primer refugio del Chimborazo.	RPFCH
13:30	Llegada al Refugio Hermanos Carrel.	RPFCH
15:00	Retorno a la Ciudad de Guano.	Guano
16:00	Despedida, souvenirs.	Guano

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

a) Requerimientos de la visita

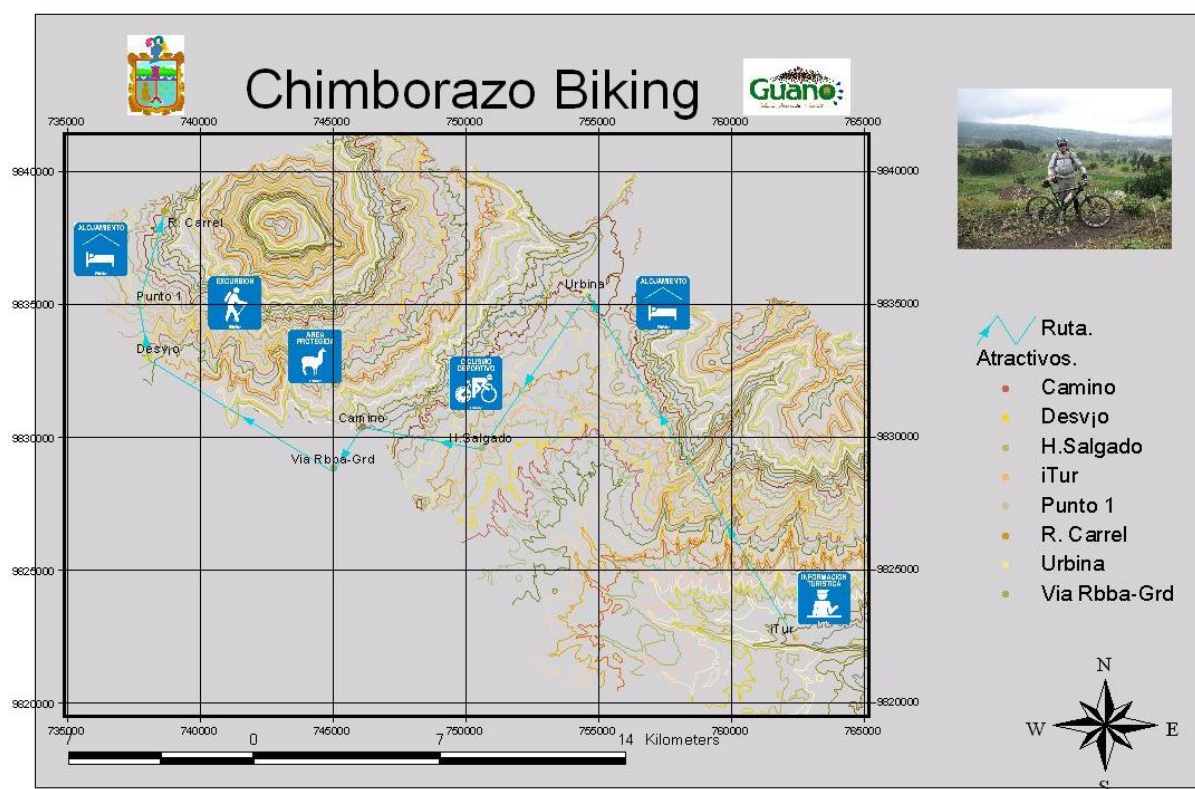
- Equipo y trajes óptimos para biking (disponibles en su agencia u operadora de preferencia)
- Ropa cómoda.
- Guantes de lana.
- Cámara de fotos y/o filmadora
- Protector solar
- Bebida hidratante
- Gafas

b) Costos

Para vivir una experiencia entre los senderos del Dios del Hielo estime gastar unos 60 dólares americanos.

3) Mapa temático del paquete “Chimborazo biking”

Mapa N° 06. Mapa temático del paquete “Chimborazo biking”



Elaborado por: Francisco Ordóñez.

f. Paquete 6

1) Características generales del paquete

Nombre del Paquete: La Cumbre de Whymper.

Duración: 2 días 1 noche.

Carácter: Naturaleza y Aventura

Tiempo de las actividades: 8 horas diarias.

Dificultad: Alta.

Recorrido: Parroquia de San Andrés (Reserva de Producción Faunística de Chimborazo)

2) Itinerario técnico del paquete “La cumbre de Whymper”

Cuadro N° 63. Itinerario técnico del paquete “La Cumbre de Whymper”

DIA	HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
1	14:00	Salida en automotor desde la Ciudad de Guano, hacia el Primer Refugio Hermanos Carrel.	Guano
	15:00	Llegada al primer refugio	RPFCH
	15:30	Caminata hacia el segundo refugio Whymper, indicaciones sobre la ruta a seguir, aclimatación.	RPFCH
	23:00	Preparación de equipos.	RPFCH
	23:30	Ascenso a la Cumbre Whymper, se empieza por el lado occidental del nevado en el Refugio Carrel para continuar por la arista rocosa que divide los glaciares de los escombros y Thielmann, se avanza por la parte superior de este último glaciar y, desde allí, se sale a la cumbre Veintimilla, para alcanzar finalmente la cumbre máxima.	RPFCH
2	07:30	Llegada a la Cumbre Whymper, fotografías, deleite del paisaje.	RPFCH
	08:30	Retorno al primer refugio Hermanos Carrel	RPFCH
	12:00	Llegada al primer refugio y retorno a Guano.	RPFCH
	14:00	Llegada a Guano despedida y souvenirs	Guano

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

a) Requerimientos de la visita

- Equipo y trajes óptimos para montañismo (disponibles en su agencia u operadora de preferencia)
- Ropa cómoda y abrigada.
- Guantes de lana.
- Cámara de fotos y/o filmadora
- Protector solar

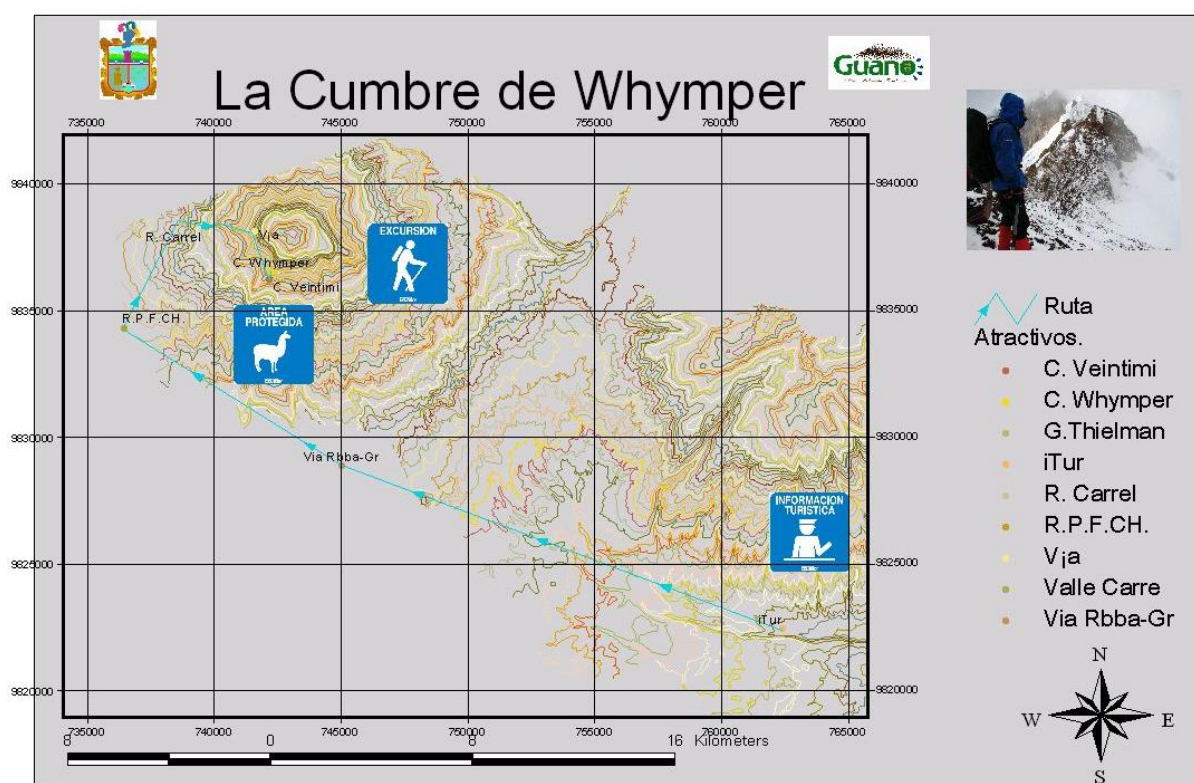
- Bebida hidratante
- Gafas

b) Costos

Si usted desea llegar al punto más alto del majestuoso Chimborazo estime gastar entre 250 dólares aproximadamente.

3) Mapa temático del paquete “La Cumbre de Whymper”

Mapa N° 07. Mapa temático del paquete “La Cumbre de Whymper”



Elaborado por: Francisco Ordóñez.

g. Paquete 7

1) Características generales del paquete

Nombre del Paquete: Rincones enigmáticos.

Duración: 1 día

Carácter: Naturaleza y Cultura

Tiempo de las actividades: De 7:30 am a 18:30 pm

Tiempo Total: 11 horas

Dificultad: Media

Recorrido: Parroquias de Valparaíso, Ilapo, Guanando y La Providencia.

2) Itinerario técnico del paquete “Rincones enigmáticos”

Cuadro N° 64. Itinerario técnico del paquete “Rincones enigmáticos”

HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
7:30	Salida en automotor desde la Ciudad de Guano, hacia la parroquia de Valparaíso.	Guano
7:50	Llegada al atractivo Santo Rumi, caminata, interpretación.	Valparaíso
8:15	Salida en automotor hacia Ilapo, visita a las queseras, observación y participación en los procesos de elaboración.	Ilapo
8:45	Salida en automotor hacia la Quinta “Parra”, paseos a caballo, observación de flora y fauna del páramo del Igualata.	Ilapo
10:00	Salida en automotor hacia el cerro Guaslán de Yanacocha, mirador natural, observación y toma de fotografías de los Volcanes, Chimborazo, Tungurahua, Altar.	Ilapo
10:30	Salida en automotor con rumbo a la parroquia de Guanando, visita al bosque primario de los Huillis, y el Santuario del señor de la Buena Muerte, caminata, observación e interpretación ambiental y cultural.	Guanando
14:30	Salida en automotor hacia la parroquia de La Providencia, visita a los atractivos turísticos como los tejidos de lana, la piedra de Santiago Rumi y la cueva del Rey	La Providencia

	Pepino se puede realizar actividades como caminata, interpretación ambiental y cultural, toma de fotografías.	
18:30	Retorno y despedida.	Guano

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

a) Requerimientos de la visita

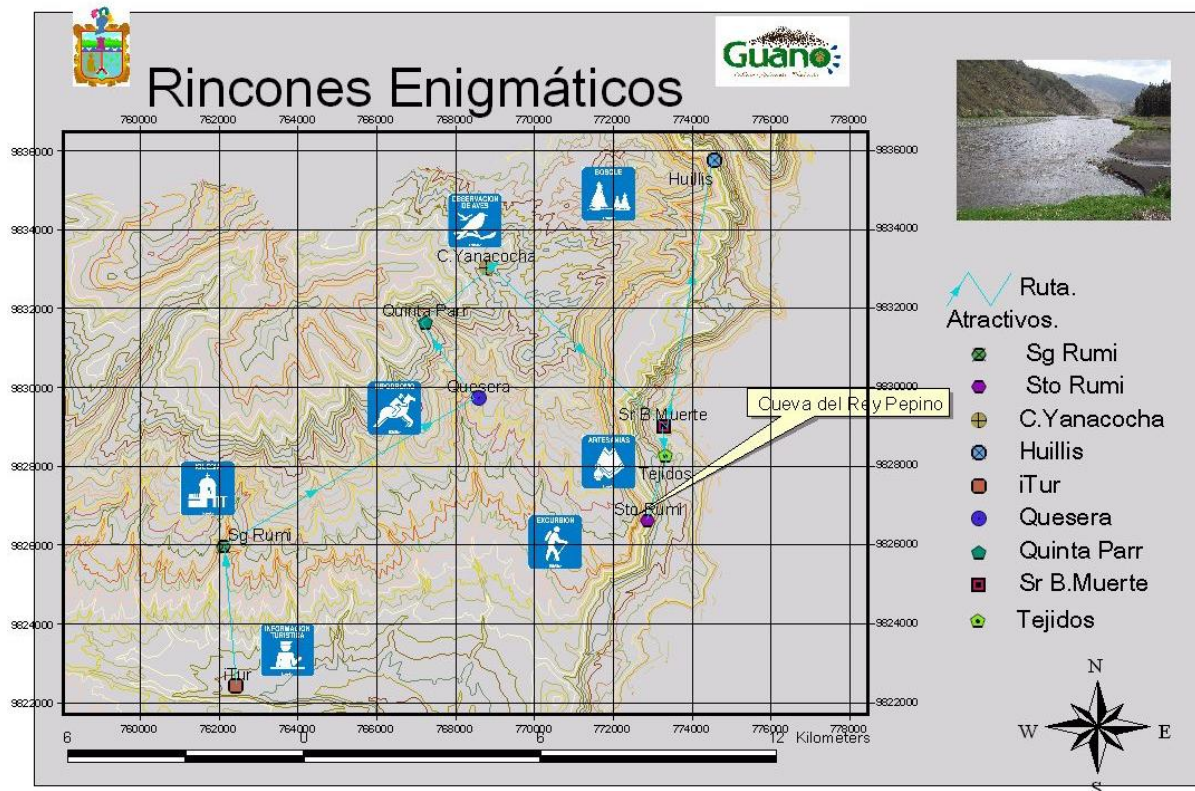
- Ropa cómoda
- Cámara de fotos y/o filmadora
- Protector solar
- Repelente
- Bebida hidratante
- Botas de caucho
- Gafas

b) Costos

Para descubrir los enigmáticos rincones del Cantón Guano en un paquete de un día usted podría gastar un promedio de 30 dólares americanos.

3) Mapa temático del paquete “Rincones enigmáticos”

Mapa N° 08. Mapa temático del paquete “Rincones enigmáticos”



Elaborado por: Francisco Ordóñez.

D. ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN Y PUBLICIDAD.

1. Canales de difusión.

Cuadro N° 65. Canales de difusión.

Objetivo	Dar a conocer el producto turístico en el mercado nacional e internacional.		
Canal	Táctica	Política de funcionamiento	Target
Directo	<p>A través de las mesas y ferias de turismo, centros de información turística, planta turística y hotelera a nivel provincial y nacional.</p> <p>A través de la página web del municipio y el iTur.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contacto personal entre el promotor y cliente. • Facilitar la información de los productos y servicios que se ofertan a través de material publicitario. • Seguimiento de la publicidad. 	Turistas nacionales que llegan al cantón y extranjeros que llegan a la provincia de Chimborazo.
Indirecto	<p>Fam press.</p> <p>Fam trips.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del portafolio de la oferta cantonal (productos y servicios). • Establecer acuerdos de cooperación en la difusión y desarrollo turístico cantonal. • Entrega de material publicitario turístico cantonal. 	Demanda nacional e internacional.

Fuente: Esquema del Estudio de Factibilidad para la Transformación del Producto turístico Comunitario en las parroquias Cacha, Lican y Calpi. Consejo Provincial de Chimborazo.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

2. Estrategias de publicidad

Las estrategias de difusión y publicidad se definieron en base al análisis del estudio de mercado, en donde los principales medios de comunicación por los cuales se informan los turistas nacionales para realizar turismo son: la radio y la prensa; y los turistas extranjeros se informan sobre los lugares turísticos de Ecuador por medio del internet.

a. Plan de publicidad.

Cuadro N° 66. Plan de publicidad.

Objetivo	Posicionar la imagen turística del cantón Guano y los productos que ofrece			Presupuesto
Tipo de publicidad	Detalle	Política de funcionamiento	Target	Anual \$
1. Medios Internet	Incorporar la oferta turística en la página Web de la I.M.de Guano	Actualización de la información y eventos a desarrollarse en Guano(Anexo 5)	Turistas que buscan viajes y destinos a través del internet	\$120
Radio	Se difundirá en las emisoras locales de Riobamba y Guano, como son Canela y Bonita FM, a través de convenios publicitarios.	Presencia radial eventual, 3 cuñas radiales cada fin de semana (Viernes y Sábado) durante 1 mes cada 4 meses. (Anexo 6)	Población de la ciudad de Riobamba y zona centro del país.	\$240
Prensa	Contratar espacios publicitarios en la prensa , para difundir el producto a nivel local y regional.	Impresión de spots publicitarios (15 módulos de 9,60cmx8,20cm a full color) promocionales del producto turístico, con una duración de cinco meses con 3 publicaciones cada fin de semana. (Anexo 7)	Población local y regional.	\$420
TOTAL				\$780

Fuente: Esquema del Estudio de Factibilidad para la Transformación del Producto turístico Comunitario en las parroquias Cacha, Lican y Calpi. Consejo Provincial de Chimborazo.

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

VI. CONCLUSIONES

- A. El diagnóstico del sistema turístico identifica una serie de problemas relacionados con la planta e infraestructura turística, pues su aglomeración en el área urbana del cantón ha limitado de cierta forma el desarrollo de la actividad turística en la zona rural a pesar de que ésta posee atractivos con jerarquías III y IV que ya son comercializados.
- B. El estudio de mercado indica que existe un alto nivel de aceptación por conocer el producto turístico cantonal tanto de turistas nacionales como extranjeros, por lo cual los paquetes turísticos elaborados procuran articular la oferta cantonal (privada y comunitaria) desde la perspectiva del PLANDETUR 2020 a la oferta provincial como un factor de coordinación en pro de alcanzar la competitividad del destino.
- C. Se ha diseñado la Ruta Turística denominada Ruta de Naturaleza y Cultura, dentro de la cual se operativizan técnicamente siete paquetes turísticos que destacan la oferta comunitaria y artesanal del cantón como elementos diferenciadores del producto generando oportunidades para la práctica del turismo sostenible.
- D. De acuerdo al estudio de mercado realizado los medios publicitarios requeridos fueron la página web, como una posibilidad de difusión masiva e interactiva, la cual irá anexada al link de turismo de la página oficial del Municipio, el spot radial y el anuncio para la prensa escrita.

VII. RECOMENDACIONES

- A. El Municipio del Cantón Guano, coordine de mejor forma el desarrollo de la actividad turística entre los sectores público, privado y comunitario.
- B. Invertir en proyectos turísticos sostenibles y que contribuyan a mejorar las condiciones de vida de la gente, permitiendo el involucramiento de toda la población como gestores del cambio.
- C. El Municipio para mejorar la calidad de la oferta turística existente debe destinar fondos para la educación en el ámbito turístico, cultural y ambiental, coordinando los programas con el MINTUR y direccionados a diferentes tipos de audiencias.
- D. Actualizar la página web del Cantón Guano con la información del producto turístico estructurado en el presente estudio, con la finalidad de atraer nuevos segmentos de demanda.
- E. Difundir la Ruta Turística de Naturaleza y Cultura entre los actores de la actividad turística para desarrollar acciones planificadas encaminadas a posicionar al Cantón Guano como destino turístico.

VIII. RESUMEN

El presente proyecto de tesis se denomina: Diseño de un Producto Turístico en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo, con fines de aprovechamiento ecoturístico, siendo una modalidad de turismo sostenible y sustentable, proponiendo constatar el potencial turístico del cantón, reflejado en su matriz de inventarios correspondientes a Manifestaciones Culturales, 20 atractivos con uno de jerarquía III, Los Hieleros del Chimborazo, y 15 atractivos dentro de la categoría Sitios Naturales, con dos de jerarquía III, el Templo Machay y La Reserva de Producción Faunística de Chimborazo, y un atractivo icono y potencial de jerarquía IV como es el Volcán Chimborazo. Elaborando el diagnóstico de esta actividad en los cuatro ámbitos del sistema turístico, como son: atractivos, infraestructura, planta turística, superestructura, analizando sus estados, así como también las características en los ámbitos, biofísicas, socioeconómicas, organizativas, ambientales; también se define las necesidades y requerimientos para el diseño del producto. Efectuando el estudio de mercado mediante un análisis de oferta a nivel privado, oferta de productos así como también la oferta comunitaria, para conocer lo que posee el cantón según los lineamientos básicos propuestos por el PLANDETUR 2020, siendo, la atraktividad y potencialidad, infraestructura y equipamiento, facilidades e instalaciones, formación y capacitación; realizando el estudio de demanda, para definir el porcentaje de aceptación de turistas nacionales y extranjeros, determinando su perfil, diseñando el producto turístico, integrando la planta turística necesaria; los paquetes turísticos de la ruta, costos referenciales, mapas, efectuando el análisis de competencia a nivel provincial del sistema turístico cantonal, fortaleciendo el desarrollo turístico regional, además la definición de los medios publicitarios enfocados en el estudio de mercado, difundiendo el producto turístico a la comunidad nacional e internacional.

IX. SUMMARY

The following Thesis is called: Design of a Tourist Product in the Guano Town which belongs to the Chimborazo Province, with the objective of using in the Ecotourism Activity, being a form of sustainable tourism with the purpose of showing the tourism potential of the Town, reflected in a list of the main Cultural Tourism Attractions, 20 attractions with hierarchy III, The Chimborazo's Glaciers and another 15 attractions inside the Category of Natural Sites, two of these with category III, The Machay Temple; the Chimborazo Fauna Production Reserve; and The Chimborazo volcano classified as a main Attraction in the IV category. In the elaboration of the diagnostic of this activity in the four ambits of the tourism system take into account: attractions, infrastructure, tourism city of operation, superstructure, analyzing it's states, and also the characteristics in the ambits of biophysics, socioeconomics, organisational and environmental matters, it is also defined the necessities and requirements for designing the touristic product. By means of the marketing research and analyzing not only the private product offer, but also the communitarian to get to know better what Guano has, following the line of PLANDETUR 2020, being, the activity and potentiality, infrastructure and equipment, facilities and installations, formation and training, making the demand research to define the percentage of national and international tourism acceptance, designing the tourism product, integrating the city of tourism operation and necessary resources; tourism routes, referential costs, maps, effectuating the analysis of local competitors and competitors from abroad, all of this to develop the tourism regional system, advertising the tourism products to the national and international market.

X. BIBLIOGRAFÍA

1. ACERENZA, M. 1996. Promoción Turística, un enfoque metodológico. Editorial Trillas. México. Tercera reimpresión. Pág. 176.
2. CABO, M. 2004. Hotelería y turismo. Asistencia y Guía de Grupos. España. Editorial Thompson.
3. CEBALLOS, 1991. Areas protegidas turismo y ecoturismo. Edición Kusler. Conservación de los recursos y ecoturismo. Vol. 1
4. CARDENAS, F. 1991. Mercadotecnia y Productividad Turística. Editorial Trillas. México. D.F.
5. CÁRDENAS, F. 1995. Producto Turístico. Trillas, México. En línea disponible en <http://www.mailxmail.com/curso-evolucion-historica-marketing/producto-turistico>. Consultado el 30 de Marzo del 2009.
6. Convenio de Transferencia de Competencias. Ilustre Municipalidad del Cantón Guano. 2002.
7. CONTRERAS, C. 2007. Mercado. (En línea). Consultado el 04 de septiembre de 2009. Disponible en <http://www.wikipedia.com>.
8. DE LA COLINA, Juan. Marketing Turístico. (en línea). Consultado el 22 de Marzo de 2009. Disponible en <http://www.monografías.com>
9. ESPINAL, R. 2007. Estrategias de Publicidad. En línea y disponible en <http://www.wikipedia.com> Consultado el 30 de Marzo del 2009

10. HERNANDEZ, 1997. Planificación turística un enfoque metodológico. Edición Trillas. México. D.F.
11. Organización Mundial del Turismo.1999. Guía para administraciones locales: Desarrollo turístico sustentable. Madrid España.
12. OÑATE, S; RICAURTE, C; LOZANO, P. 2006 Seminario taller de elaboración de paquetes turísticos. Dirección Provincial de Orellana Ministerio de Turismo, Municipalidad de Lago Agrio.
13. PUJOL, B. 2002. Dirección de marketing y ventas. Madrid, España. Cultural S.A.
14. PIRAY, M. 2006. Texto de Planificación de Tours. Universidad Estatal Amazónica.
15. RATTO, N. 2001. Proyecto de turismo cultural para la Provincia de Catamarca-Dpto. Andalgalá-Argentina. Foro virtual de antropología.
16. RICAURTE, C. 2000. Memorias del seminario sobre Planificación Estratégica. ESPOCH. Riobamba.
17. RENA COPYRIGHT. 2008. “Población y Muestra” En línea y disponible en http://www.foroswebgratis.com/tema-poblacion_y_muestra-46285-305687.htm. Consultado el 30 de Marzo del 2009
18. SIERRA, R. 1999. Propuesta preliminar de un sistema de calificación de vegetación para el Ecuador continental. Proyecto INEFAN/GEF-BIRF y Ecociencia. Quito, Ecuador.

19. VALSS, J. 2003 “las claves del mercado turístico. Como competir en el nuevo entorno”.
Ediciones Deusto. España. 198p.

20. YUCTA. P, 2002 “Diseño y Formulación de Proyectos Ecoturísticos” Riobamba-
Ecuador.

XI. ANEXOS

Anexo N° 01. Encuestas para turistas nacionales.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO



La finalidad de este cuestionario es identificar los gustos y necesidades de turistas nacionales e internacionales para el diseño de rutas turísticas en el cantón Guano. Sus respuestas son importantes, serán tratados con absoluta confidencialidad, por favor conteste concretamente.

1. Edad: ____ **2. Género:** a. M ____ b. F ____ **3. Ocupación:** _____

Procedencia _____

Nivel de Educación: a. Primario ____ b. Secundario ____ c. Superior ____ d. Postgrado ____

6. ¿Con que frecuencia viaja?

a. 1 vez al mes ____ b. 2 veces al año ____ c. 3 o mas veces a año ____

7. ¿Cuándo usted viaja lo hace?

a. Solo ____ c. Con Familia ____
 b. En pareja ____ d. Con amigos ____

8. ¿Le gustaría conocer los atractivos del cantón?

a. Si ____ b. No ____

9. Si su respuesta fue si, que lugares le gustaría conocer.

Sitios Culturales	Sitios Naturales
a. Hieleros del Chimborazo.....	a. Cascada y Páramo de Condor Samana
b. Estación de Urbina	b. Cumbres del Cerro Igualata.....
c. Tallados en piedra.....	c. Templo Machay.....
d. Ruinas arqueológicas de Iluishi.....	d. Nevado Chimborazo.....
e. Museo	e. Reserva de Producción Faunística de Chimborazo.....
f. Iglesia de La Inmaculada.....	f. Quebrada de S. Sebastián.....
g. Artesanías de cabuya y totora.....	g. Los Elenes
h. Ruinas arqueológicas de la Asunción ...	
i. artesanías de cuero y tejidos.....	

j. Gastronomía.....	h. Colina de Lluishi.....
k. Monumentos.....	i.Laguna de Valle Hermoso.....
l. Imagen del Señor de la Buena Muerte..	j. Fuentes del Machay.....
	k.Cerro Guaslán de Yanacocha.....
	l.Mirador de palestina.....
	m.Bosque andino huillis.....
	n.Cueva del Inca.....__

10. ¿Estaría interesado en realizar un viaje organizado dentro del cantón?

a. Si ___ b. No ___

11. ¿Qué actividades le gustaría realizar dentro de un Itinerario Turístico? Señale por favor.

a. Cabalgatas ___	b. Ciclismo de Montaña ___	c.Paseo en canoas ___
d. Senderismo___	e. Recorrido en Guano ___	f. Caminatas ___
g. Paseo en cuadrones_	h. Montañismo_	i. Escalada en roca_
j. Parapente_	k. Convivencias_	

12. ¿Cuántos días permanecería en Guano?

a. 1 día___ b. 2 días___ c. 3 o mas días___

13. ¿Le gustaría tener a disposición un paquete que incluya?

a. Alimentación___ b. Hospedaje ___ c. Guianza ___ d. Transporte ___ e. Todas___

14. ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por un paquete personal, por un día?

a. \$25___ b. \$26 a 40___ c. Más de \$40___

15. ¿Mediante que medio se informa usted para realizar viajes?

a. TV___ b. Radio___ c. Internet___ d. Prensa Escrita___
e. Otros___ ¿Cuáles? _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 02. Encuestas para turistas extranjeros.



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE
CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**



The purpose of this questionnaire is to identify the national and foreigner tourist's necessities to implement tourist route on Guano.

Your opinion is important, please answer truly:

1. Age: ___ **2. Gender:** a. Male ___ b. Female ___ **3. Occupation:** _____

4. Place of origin _____

5. Education level: a. Primary ___ b. Secondary ___ c. Superior ___ d. Post grade ___

6. How often do you travel?

a. Once at month ___ b. 2 times at year ___ c. 3 or more times at year ___

7. ¿When you travel with who do it?

a. Alone ___ c. In family ___

b. With the couple ___ d. With friends ___

8. Would you like known Guano's attractiveness?

a. Yes ___ b. No ___

9. If your answer was YES, what places will you prefer.

Cultural Places	Natural Places
a. Chimborazo Icebergs.....	a. Condor Samana Waterfall and Bleak Plateau.....
b. Urbina Station	b. San Sebastián Gully.....
c. Carving Stones.....	c. Igualata Montain Top.....
d. Archeological Ruins of Lluishi.....	d. Machay cavern
e. Museum	e. Chimborazo Volcano.....
f. La Inmaculada Church.....	f. Chimborazo Fauna Production Reserve.
g. Souvenirs made of animal skins and wool.....	g. Los Elenes Swinning Polls.....
h. Archeological Ruins of La Asunción ...	h. Lluishig hill.....

i. Clothes made of sheep of wool..... j. Gastronomy... k. Monuments..... l. Señor de la Buena Muerte Church..	i. Valle Hermoso Lake..... j. Machay Slopes..... k. Guaslan of Yanacocha Hice..... l. Palestina Viewpoint..... m. Slope and Andean Forest of Huillis..... n. Rey Pepino Cavern..... .
--	---

10. Would you be interested to participate in a organized trip inside Guano?

a. Yes___ b. No ___

11. ¿What activities would you like practicing within a tourist itinerary?

a. Hiking ___	b. Mountain Bike ___	c. Climbing mountain ___
d. Trekking___	e. Guano City Tour ___	f. Ride horse ___
g. Go to for a cuadron_	h. Go to for a canoes_	i. Paragliding_
j. Living together_	k. Climbing stone_	

12. ¿How many days can you stay in Guano?

a. 1 day___ d. 2 days___ c. 3 or more days___

13. ¿Would you like have a tourist package than includes?

a. Feeding___ b. Lodging ___ c. Guiding___ d. Transport___ e. All the previous ones___

14. ¿How much can you afford for a tourist package, per day and per person?

a. \$25___ b. \$26 to 40___ c. More than \$40___

15. ¿By which means, are you informed about tourism packages?

a. TV___ b. Radio___ c. Internet___ d. Newspaper___
e. Other___ Which one? _____

THANKS FOR YOUR COOPERATION

Anexo N° 03. Encuestas para los prestadores de servicios turísticos.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO



La presente encuesta se realizará a establecimientos prestadores de servicios turísticos en la ciudad de Riobamba, con el objeto de determinar la oferta al cliente o turista.

EMPRESA:
DIRECCIÓN:
NOMBRE DEL ENCUESTADO.....
CARGO.....**TIEMPO DE OPERACIÓN DE LA AGENCIA**.....

1. ¿Que tipo de agencia de viaje es?

- Mayorista
- Minorista
- Operadora
- Otra especificar

2. ¿Cuál es la demanda que capta su empresa?

.....

3. ¿Qué servicios ofrece?

.....

4. ¿Oferta usted paquetes turísticos donde se incluya al cantón Guano?

.....

5. ¿Cuál es el precio de cada uno de los servicios que ofrece, o el precio del paquete?

.....

6. ¿De acuerdo a su experiencia, un paquete turístico para el cantón Guano, que duración debería tener?

..... Un día De 2 a 3 días Más de 3 días

7. ¿Qué sugerencias Ud nos puede dar para que exista un adecuado desarrollo turístico dentro del cantón?

.....

8. ¿Qué medios de información utiliza?

Trípticos

Medios de información

Internet

Hojas volantes

Otros especificar

9. ¿Si el Cantón Guano cubriera las expectativas de su empresa le interesaría comercializar el producto.?

SI NO

Porqué

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 04. Metodología utilizada para el diagnóstico participativo.

DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO

Todo proceso antes de iniciarse debe ser planificado. El diagnóstico es un instrumento que permite trabajar la problemática de una forma planificada y participativa. Es una herramienta útil, eficiente y sencilla, a través de la generación de aprendizajes significativos en la población, que los prepara para afrontar los problemas que tienen en su entorno, enseñándoles a encontrar de manera creativa las soluciones a los problemas de su entorno cercano, a que sean capaces de involucrarse en procesos concretos, en los que los valores se constituyen un componente importante.

¿Qué es Diagnóstico Participativo?

El diagnóstico participativo es un instrumento que ayuda a identificar los problemas existentes en la comunidad cercana, nos permite identificar la situación de partida en la que se encuentra la comunidad para poder mejorarla. Es un reconocimiento de las potencialidades, los problemas, sus causas y efectos.

Los resultados del diagnóstico servirán para mejorar o incentivar la generación de un Plan Turístico Cantonal, además es un insumo importante para que la comunidad plantee alternativas de solución viables a sus problemas concretos.

Recomendaciones Iniciales:

- Es recomendable que un técnico cumpla con la labor de facilitador durante el proceso de elaboración del Diagnóstico Participativo
- Deben de participar en el Diagnóstico cada uno de los miembros de la comunidad: prestadores de servicios turísticos (hospedaje, alimentación, recreación), funcionarios y delegados municipales, juntas parroquiales, cámara artesanal, policía.
- Debe haber diálogo constante entre todos los participantes.

Pasos para desarrollar el diagnóstico:

1° Se discuten y establecen algunos conceptos previos:

- *Turismo*
- Ecoturismo
- Desarrollo
- Sostenible
- Sustentable
- Sistema turístico
- Atractivos turísticos
- Recursos turísticos
- Infraestructura
- Planta turística
- Superestructura turística
- Imagen turística
- Demanda
- Oferta
- Producto turístico
- Marketing turístico
- Publicidad

2º Se identifican los problemas

Esta etapa busca aclarar el panorama respecto a los problemas existentes en el desarrollo turístico cantonal, para ello se trabaja a través de la técnica de la “lluvia de ideas” y mapa turístico, para lograr que los participantes en el proceso de diagnóstico planteen en forma clara y precisa, los problemas que ellos perciben dentro de su comunidad y en sus alrededores.

- Se forman cuatro grupos de trabajo:

Grupo 1: Juntas parroquiales

Grupo 2: Miembros municipales

Grupo 3: Prestadores de servicios turísticos

Grupo 4: Asociaciones y gremios artesanales.

- Se trabaja con la técnica del “mapa turístico” para hacer un diagnóstico de los principales problemas de la situación turística en el cantón, para ello se tienen en cuenta los siguientes pasos:
- Cada grupo de trabajo hace un croquis de los atractivos turísticos y sus condiciones a nivel cantonal.



- En el croquis se ubican todos los lugares en los que hay problemas, para ello se responde a la pregunta: **¿Cuáles son los problemas en el desarrollo turístico que tiene mi cantón?** Durante este proceso se deberán tener en cuenta algunas reglas muy sencillas:
- Todas las ideas que se planteen son válidas
- A la hora de plantear los problemas, evitar la palabra falta (la falta de algo no es un problema sino la ausencia de una solución), en lugar de falta se pueden usar las siguientes palabras: Alto, bajo, complejo, conflictivo, confuso, burocrático, costoso, debilitado, deliberado, desequilibrado, devaluado, deficiente, difícil, diferente, engorroso, escaso, excesivo, flexible, improductivo, inadecuado, ineficiente, inseguro, largo, limitado, mal usado, negativo, obsoleto, pobre, reducido, retrasado, sesgado.
- Evitar la palabra no existe (pues se dice que no existe nada en el campo que se trata, lo cual no es tan cierto)
- Durante la redacción de los problemas evitar los títulos, por ejemplo :”basura”; pues esto no nos dice nada acerca del problema
- Es importante dimensionar o calificar los problemas ambientales: Mucho, poco, escaso inadecuado, etc.

- Desagregar los problemas lo mejor posible, plantear los problemas de la manera más concreta posible.
- Evitar redacciones complicadas, el problema debe ser redactado de la manera más sencilla posible para ser entendido por todos.
- Se elabora un listado con los principales problemas del ámbito turístico que se han identificado del cantón.
- Se pide que cada grupo elija a dos representantes para que formen parte de un comité de redacción

3º Priorización de problemas

- Se reúnen los representantes de cada grupo que serán parte del comité de redacción
- El comité de redacción se encarga de hacer una sola lista con los problemas encontrados por cada uno de los grupos
- Cada uno de los miembros del comité de redacción elige tres problemas de la lista, que a ellos les parezcan los más importantes por la urgencia de su solución en beneficio del desarrollo turístico en el cantón, se debe tener en cuenta que este es un ejercicio personal.
- Se suma la cantidad de votos que tuvo cada problema
- Se priorizan los problemas que tienen mayor puntaje (se recomienda priorizar tres problemas)



4º Identificación de causas y efectos

En esta etapa se analizan las causas y efectos de los problemas priorizados (Tres problemas).

- El Comité de redacción se reúne con el resto de los participantes y presenta el listado de problemas priorizados

- La persona que facilita el taller (técnico en turismo) presenta el listado de problemas priorizados a todos los participantes del taller
- Se escriben los problemas priorizados al centro del papelógrafo
- Cada grupo identifica una causa de cada uno de los problemas priorizados; para ello nos ayudará responder a la pregunta ¿Por qué existe el problema? ¿Qué origina el problema?
- Se escriben las causas debajo del problema, como si fueran las raíces de un árbol (Mínimo 3 causas)
- Cada grupo identifica un efecto del problema, para ello responden a la pregunta ¿Cómo afecta el problema a la comunidad? (Mínimo 3 efectos)
- Se escriben los efectos sobre el problema, como si fueran los frutos de un árbol.

EFFECTOS



CAUSAS

5° Definición de Objetivos respecto a los problemas y sus causas

- Escribimos los problemas priorizados en una columna
- Respondemos a la pregunta: ¿Qué me gustaría hacer con el problema identificado?, esta respuesta corresponde a un objetivo específico
- Considerando cada uno de los objetivos específicos encontrados se redacta un gran objetivo general y el tiempo en el que nos gustaría alcanzarlo

6° Diagnóstico Turístico:

En este paso se analizan las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (Análisis FODA) de la situación del turismo en el cantón, considerando las relaciones que existen entre ésta y las diversas organizaciones o instituciones de la localidad, esto permitirá identificar

algunas instituciones comprometidas con el tema turístico que puedan ayudar al cantón y su comunidad en la búsqueda de soluciones a sus problemas.

- El facilitador presenta a los participantes el siguiente cuadro:

Turismo en el Cantón Guano

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS

- El facilitador explica brevemente a los participantes de qué se trata el análisis FODA

Análisis FODA

El análisis FODA consta de dos partes: una interna y otra externa.

La parte interna tiene que ver con las fortalezas y las debilidades del cantón en el ámbito turístico, aspectos sobre los cuales se tiene algún grado de control.

La parte externa mira las oportunidades que ofrecen el entorno del cantón y las amenazas que enfrenta. Aquí se debe desarrollar toda la capacidad y habilidad para aprovechar las oportunidades y para minimizar o anular las amenazas, circunstancias sobre las cuales el cantón no tiene poco o ningún control directo. Dentro de las oportunidades se deben considerar a las instituciones con las que el cantón tiene relación, incluyendo aliados.

El facilitador procede a llenar el cuadro del análisis FODA pidiendo la opinión de los participantes, preguntando cuáles son las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la situación del turismo en Guano.

EJEMPLO DE DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO

A continuación se desarrollará el diagnóstico de la situación turística participativa del Cantón Guano.

El facilitador del taller para realizar el Diagnóstico Participativo será el técnico en turismo comenzará el taller explicando:

- La importancia del cuidado del ambiente y recursos turísticos (naturales-culturales)
- La necesidad de comenzar a abordar el tema turístico desde las Instituciones Educativas
- La definición de turismo y sus modalidades.
- La forma de hacer educación ambiental y turística a través de la prevención y solución de los problemas turísticos prioritarios del cantón.
- La definición de problemas de desarrollo turístico.

A continuación el facilitador solicita que cada uno de los miembros formen grupos de la siguiente manera:

(Tiempo sugerido 20 minutos)

- El representante de cada una de las juntas parroquiales, se reúne con todos sus miembros que fueron convocados al taller
- El facilitador se reúne con el presidente y miembros de cada organismo convocado.
- El representante de los servidores turísticos, con los miembros de servidores turísticos.
- El representante del personal municipal, con el personal municipal.

Cada grupo elabora un croquis de los atractivos turísticos del cantón y sus situación actual y ubica los lugares donde se encuentran los principales problemas . Para encontrar los principales problemas, el responsable de cada grupo hace la siguiente pregunta: ***¿Cuáles creen ustedes que son los principales problemas de desarrollo turístico de nuestro cantón?***

A continuación se elabora una lista con los principales problemas turísticos identificados en el croquis.

(Tiempo sugerido 30 minutos)

CROQUIS

Para los Grupos los principales problemas en el ámbito turístico son:

Grupo de juntas parroquiales:

- Inexistencia de sitios de hospedaje y alimentación
- Quema de pajonales y creación excesiva de pastizales.
- Insuficiente señalización turística

Grupo de prestadores turísticos:

- Limitada difusión y estudios sobre los recursos turísticos
- Inexistencia de operadoras turísticas en el cantón
- Oferta turística limitada
- Desorganización

Grupo de artesanos:

- Pérdida de la identidad cultural.
- Desorganización
- Oferta turística limitada

Grupo de funcionarios municipales:

- Carreteras de tercer orden con escaso mantenimiento
- Limitada difusión
- Insuficiente señalización turística

NOTA:

* No se debe colocar la palabra falta

Se eligen dos personas de cada grupo para que sean parte del comité de redacción del Diagnóstico Participativo. Una vez que cada grupo termine su trabajo, el comité de redacción se reúne y hacen un solo listado de todos los problemas ambientales identificados.

- Inexistencia de sitios de hospedaje y alimentación
- Quema de pajonales y creación excesiva de pastizales.
- Insuficiente señalización turística
- Limitada difusión y estudios sobre los recursos turísticos
- Inexistencia de operadoras turísticas en el cantón
- Oferta turística limitada
- Desorganización
- Pérdida de la identidad cultural.
- Carreteras de tercer orden con escaso mantenimiento

A continuación se procede a hacer la priorización de los problemas. Todos los miembros del comité de redacción toman un plumón y eligen 3 problemas de la lista que les parecen los más importantes:

(Tiempo sugerido: 30 minutos)

NOTA

- * En caso de empate a la hora de sumar los puntos de los problemas se procede al desempate sólo entre los problemas que empataron.
- Inexistencia de sitios de hospedaje y alimentación
- Quema de pajonales y creación excesiva de pastizales.
- Insuficiente señalización turística
- Limitada difusión y estudios sobre los recursos turísticos
- Inexistencia de operadoras turísticas en el cantón
- Oferta turística limitada
- Desorganización
- Pérdida de la identidad cultural.
- Carreteras de tercer orden con escaso mantenimiento

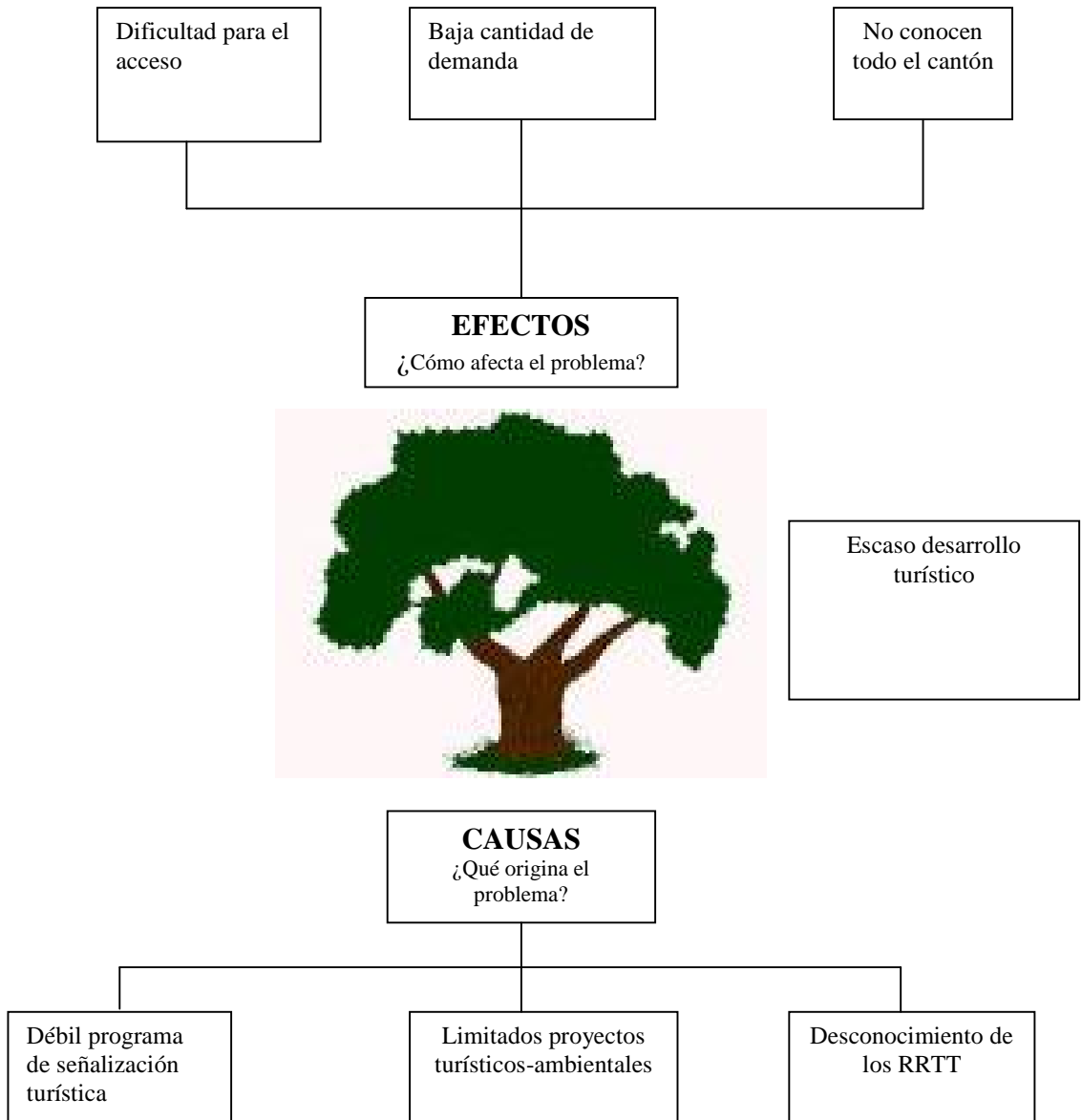
Los problemas ambientales prioritarios ordenados según su importancia son:

- Insuficiente señalización turística
- Limitada difusión y estudios sobre los recursos turísticos
- Oferta turística limitada

Lo cual se traduce a un problema general Escaso desarrollo turístico, a manera de ejemplo, ya que cada problema deberá ser analizado respectivamente.

El facilitador del taller con la ayuda de todos los grupos identifica las causas y efectos de los problemas priorizados:

(Tiempo sugerido 40 minutos)



El facilitador del taller procede a realizar la identificación de los objetivos frente a los problemas prioritarios identificados, contando en todo momento con la participación de todos los asistentes. Para identificar los Objetivos específicos se responde a la pregunta: **¿Qué quiero hacer con el problema?**

(Tiempo sugerido 30 minutos)

Problema	Objetivo
Escaso desarrollo turístico	Promover el desarrollo turístico cantonal mediante gestión gubernamental, seccional, asociatividad gremial.
OBJETIVO GENERAL	
Incrementar el desarrollo turístico con el involucramiento de la empresa pública, privada, comunidad, organismos nacionales e internacionales. Implementando un manejo eficiente de los recursos naturales y turísticos, cumpliendo con la sostenibilidad y sustentabilidad de la comunidad.	

NOTA:

- Una forma sencilla de encontrar los objetivos es escribiendo los problemas en positivo
- En todo momento se deben de plantear objetivos alcanzables
- Los objetivos deben de tener correspondencia con los problemas planteados

El facilitador con la ayuda de todos los participantes procede a hacer el análisis FODA, explicando brevemente de qué se trata.

(Tiempo sugerido 30 minutos)

FORTALEZAS (Int.)	OPORTUNIDADES (Ext.)	DEBILIDADES (Int.)	AMENAZAS (Ext.)
Renombre del Cantón Guano como capital artesanal, tradición	Fomento de la empresa y el turismo, gestión de recursos.	Falta de un plan de desarrollo turístico.	Crisis económica

<p>ancestral de trabajo.</p> <p>Gastronomía típica</p> <p>Convenios con el MINTUR, como también con organismos seccionales, públicos y privados.</p> <p>Accesibilidad a Guano en buen estado</p> <p>Decisión y voluntad política para coordinar, gestionar programas y proyectos para el desarrollo del turismo.</p> <p>Diversidad de recursos y atractivos turísticos, como el Volcán Chimborazo con jerarquía IV.</p> <p>Gobierno seccional descentralizado</p> <p>Cuentan con organizaciones comunitarias ligadas a actividades productivas y</p>	<p>Propuestas de inversiones con las garantías necesarias y políticas estatales coherentes con el PLANDETUR 2020</p> <p>Voluntad para emprender y fortalecer un plan turístico local con la participación de todos los entes públicos, privados y comunitarios.</p> <p>Interés de organismos públicos como privados nacionales e internacionales en apoyar el desarrollo del turismo sostenible.</p>	<p>Presupuestos limitados para el desarrollo de la actividad turística.</p> <p>Falta de señalización turística</p> <p>Limitado personal técnico en áreas ambientales y turísticas</p> <p>Limitada difusión y promoción turística.</p> <p>No se cuenta con algunas ordenanzas y otras no se aplican o se ajustan al marco legal.</p> <p>Infraestructura limitada (vías de segundo y tercer orden con poco mantenimiento)</p>	<p>Desacuerdos políticos</p> <p>Inestabilidad económica, social y política en el país.</p> <p>Fenómenos naturales</p> <p>Paros, huelgas.</p>
--	--	---	--

prestación de servicios turísticos.			
Clima benévolo y variado.	Desarrollo de nuevas alternativas de turismo (naturaleza y cultura) a nivel nacional e internacional, que incentivan a la demanda a realizar viajes con alta responsabilidad social y ambiental, con productos diferenciados y de buena calidad.	Limitada educación ambiental.	
Gente amable y carismática con deseos de ser anfitriones del turismo.		Limitado presupuesto para la dotación de servicios básicos y saneamiento.	
		Aculturación	

El tiempo sugerido para todo el taller es de 3:30 horas, aunque dependiendo del grado de conocimiento, el taller puede extenderse.

Anexo N° 05. Página web.

La página web fue diseñada con el software informático ADOBE DREAM WEAVER CC3, la página principal se conecta a través de hipervínculos a un total de 7 interfaces diferentes, todas poseen características similares en su diseño, las interfaces se abren dando un clic en el nombre de cada denominación.

La página estructuralmente consta de las siguientes secciones divididas por medio de etiquetas contenedoras **DIV** las cuales se encargan de alojar cada sección de acción y contenidos de la misma.

ENCABEZADO: Esta sección contiene el banner de la página es decir contiene en este caso la imagen con el ícono indicativo de la institución a la que representa la página.

MENÚ PRINCIPAL: Es la sección que contiene los accesos a las diferentes opciones de la página web entre ellas se nombran: iTur, Ecuador, ruta, tours, catastro, contactos y eventos. Se encuentra en la parte izquierda, es un menú vertical formado por imágenes con texto alusivo a lo que hace y que forman una presentación de botones que muestran información.

MENÚ SECUNDARIO: Son aquellas opciones adicionales que se desprenden de una opción de menú principal como en el caso de Tours. Está formado por una página que contienen enlaces a nuevas páginas y que se encuentran listadas en este caso los 7 paquetes operativos (Guano Turístico, Guano Extremo, Por las Sendas del Coloso, Hieleros del Chimborazo, Chimborazo Biking, La Cumbre de Whymper y Rincones Enigmáticos), además se detalla el nombre de cada paquete, duración, carácter, tiempo de actividades, dificultad, recorrido, descripción de actividades, requerimientos para la visita, mapa, precios referenciales y galerías de los atractivos.

CONTENIDO: Son las páginas que contienen la información específica del sitio web. Estas se presentan en la parte derecha de la pantalla y es la sección de mayor tamaño dentro de cada página. Está compuesta de las siguientes partes:

- **TEXTO:** Describe los atributos, características de cada tema dentro de una página, su tamaño, color y distribución en la página son controlados por medio de rutinas de código de estilos css.
- **IMÁGENES:** Muestran los archivos de imágenes que son expuestos en las páginas web de contenidos e incluso en los menús y encabezado. Estas imágenes se encuentran agrupadas en un directorio con este mismo nombre (imágenes), contiene tipos de imágenes como .gif, .png y .jpg en su mayoría.
- **CARRUSEL DE IMÁGENES:** Para mostrar videos, efectos en imágenes se tiene la utilización de código javascript el cual se encarga de realizar tareas de animación en forma rápida y sin tener que cargar software adicional o hacer configuraciones complicadas al equipo en el que se muestra la página.

The image shows a website layout for Ecuador. At the top, there is a header section with a banner image of a landscape and a building, with the text "Quano capital artesanal y turística" and a coat of arms. Below this is the main content area, which includes a title "Ecuador" and a paragraph of text describing the country's geography and regions. On the left side, there is a vertical menu with five circular buttons labeled "Tur", "Ecuador", "Ruta", "Tours", and "Catastro". Red arrows point from the labels "Encabezado", "Contenido", and "Menú" to their respective parts of the website.

Encabezado

Contenido

Menú

Encabezado

Quano
capital artesanal y turística

Ecuador

El Ecuador es uno de los 17 países más megadiversos del mundo, geográficamente se encuentra ubicado, con relación al primer meridiano o Meridiano de Greenwich, en el hemisferio occidental al suroeste del continente americano y al noroeste de América del Sur, tiene una extensión de 270.670 Km2 aprox. Su distribución en cuanto a regiones, es la siguiente: el Oriente, que ocupa una extensión del 50% aproximadamente del total de la superficie; la Costa el 25%; la Sierra aprox. un 20% y la región de Galápagos en el 5%. Son cuatro regiones naturales, tres en el continente, atravesadas por un fenómeno natural como es la Cordillera de los Andes y la región de Galápagos en el Océano Pacífico.

La Costa, junto al Pacífico, que nos brinda un clima cálido seco en el Sur y húmedo-tropical en el Norte. **La Sierra**, conocida como Los Andes, con diversos paisajes y climas debido a los diferentes pisos climáticos creados por la variedad en la altura, se extiende entre las dos cadenas de la cordillera de los Andes, la Occidental y la Oriental, con más de una docena de picos por encima de los 4.877 metros de altitud. **La Amazonía**, conocida más con el nombre de "El Oriente", donde las altas temperaturas prevalecen y con mayor presencia de lluvia, haciéndola más húmeda que el resto del país.

Las Islas Galápagos, que se hicieron famosas por las investigaciones realizadas por Charles Darwin y de donde basaría su Teoría de la Evolución de las Especies, la mayor



Mapa de la ruta

(clic [aquí](#) para ampliar imagen)

[iTur](#)

[Ecuador](#)

[Ruta](#)

[Tours](#)

[Catastro](#)

[Contactos](#)



Ruta de la Naturaleza y Cultura

Escala: 1:45000

N



Anexo N° 06. Spot radial.

Spot radial

Guano Capital Artesanal y Turística del Ecuador, te invita a conocer su Ruta de Naturaleza y Cultura, recorre nuestro maravilloso cantón acompañado de familiares y amigos, conoce la historia a través del museo, degusta la gastronomía, vive las costumbres y tradiciones participando en la confección de artesanías, comparte con la cultura indígena en las faldas del Chimborazo, y deléitate de parajes naturales, en un escenario de ríos, montañas, valles, lagunas y cascadas. Ven y disfruta el esplendor del mágico mundo del turismo, te esperamos! Ilustre Municipalidad del Cantón Guano. Unidad de Turismo. Lcdo. Edgar Alarcón Alcalde.

Anexo N° 07. Publicidad para la prensa.

GUANO CAPITAL ARTESANAL Y TURISTICA

RUTA DE NATURALEZA Y CULTURA

CULTURA, ARTESANÍA Y TRADICIÓN

ILUSTRE MUNICIPALIDAD
DEL CANTÓN GUANO

**Guano te invita a
conocer su Ruta de Naturaleza y
Cultura, ven y disfruta de parajes naturales
hogar y escenario de culturas vivas, recorre nuestro
cantón descubriendo un mundo de galerías multicolores, a
través de la práctica del ecoturismo, los deportes de aventura y
compartiendo la calidez de su gente. Te esperamos!**

CENTRO DE
INFORMACIÓN TURISTICA **iTur** **Guano**
Cultura Artesanía Tradición

AV. 20 DE DICIEMBRE Y LEÓN HIDALGO • TELF.: 032 900 133 EXT 28