



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

**DISEÑO DE RUTAS TURÍSTICAS INTELIGENTES PARA LA
PARROQUIA SAN ANDRÉS, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN TURISMO

AUTORA:

THALIA LISBETH BARRIGAS JUMBO

Riobamba – Ecuador

2023



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

**DISEÑO DE RUTAS TURÍSTICAS INTELIGENTES PARA LA
PARROQUIA SAN ANDRÉS, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN TURISMO

AUTORA: THALIA LISBETH BARRIGAS JUMBO

DIRECTOR: ING. EDUARDO ANTONIO MUÑOZ JACOME, MSC.

Riobamba – Ecuador

2023

© 2023, Thalia Lisbeth Barrigas Jumbo

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Thalia Lisbeth Barrigas Jumbo, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 29 de noviembre de 2023

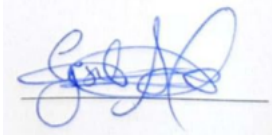


Thalia Lisbeth Barrigas Jumbo

0605352004

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; Tipo: Proyecto Técnico, **DISEÑO DE RUTAS TURÍSTICAS INTELIGENTES PARA LA PARROQUIA SAN ANDRÉS, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, realizado por la señorita: **THALIA LISBETH BARRIGAS JUMBO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

| | FIRMA | FECHA |
|--|--|--------------|
| Ing. Jorge Iván Carrillo Hernandez, PhD. PRESIDENTE DEL TRIBUNAL |  | 2023-11-29 |
| Ing. Eduardo Antonio Muñoz Jacome, MSc. DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR |  | 2023-11-29 |
| Ing. Guicela Margoth Ati Cutiupala, MSc. ASESORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR |  | 2023-11-29 |

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis amados padres, quienes han sido la piedra angular de mi vida, brindándome amor incondicional, apoyo constante y sacrificios innumerables a lo largo de mi camino académico, su confianza en mí ha sido mi mayor motivación. A mis queridos hermanos, les expreso mi cariño profundo y sincero, pues su compañía y amor han sido un faro en mi vida. Este trabajo es un tributo a mi familia, cuyo apoyo inquebrantable ha hecho posible este logro. También, quiero expresar mi gratitud a mis amigos y seres queridos que han estado a mi lado en cada paso de esta travesía, mostrándome su apoyo y cariño sincero.

Thalia

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por su infinito amor y bondad, al permitirme alcanza esta meta. Además, quiero expresar mi sincero agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo que me brindó la oportunidad de ser parte de tan prestigiosa institución y permitirme embarcar en un viaje de crecimiento personal y profesional. Durante mi tiempo aquí, he tenido la fortuna de aprender de profesores excepcionales, interactuar con compañeros talentosos y acceder a recursos académicos de alta calidad.

A todas las personas que contribuyeron de manera significativa a la realización de este trabajo. En primer lugar, agradezco a mis padres por su amor y apoyo incondicional, quienes siempre me alentaron a ser mejor persona y ayudaron a forjar la persona que soy ahora. A mis hermanos, les debo un profundo reconocimiento por su amor incondicional y su constante aliento.

A mis queridos profesores y asesores, cuya guía experta y sabios consejos fueron fundamentales en la elaboración de este trabajo, especialmente al Ing. Eduardo Muñoz, la Ing. Guicela Ati, al Ing. Pedro Vaca por orientarme en el desarrollo de este trabajo.

No puedo dejar de agradecer a mis amigos y seres queridos por su apoyo emocional y por estar a mi lado durante este proceso.

Finalmente quiero expresar mi gratitud a todas las personas que participaron en este proceso, así como a aquellos que de alguna manera contribuyeron a su culminación. Este trabajo no habría sido posible sin su valiosa colaboración.

Gracias a todos por su apoyo y por formar parte de este importante capítulo en mi formación profesional.

Thalia

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|------------------------------|-----|
| ÍNDICE DE TABLAS..... | x |
| ÍNDICE DE ILUSTRACIONES..... | xii |
| ÍNDICE DE ANEXOS..... | xiv |
| RESUMEN..... | xv |
| SUMMARY..... | xvi |
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |

CAPÍTULO I

| | |
|--|---|
| 1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA..... | 2 |
| 1.1 Antecedentes..... | 2 |
| 1.2 Planteamiento del problema..... | 3 |
| 1.3 Justificación..... | 3 |
| 1.4 Delimitación..... | 4 |
| 1.5 Objetivos..... | 5 |
| 1.5.1 <i>Objetivo general</i> | 5 |
| 1.5.2 <i>Objetivos específicos</i> | 5 |

CAPÍTULO II

| | |
|--|---|
| 2. Revisión de literatura..... | 6 |
| 2.1 Turismo Inteligente..... | 6 |
| 2.2 Ejes del Turismo Inteligente..... | 6 |
| 2.3 Estudio de mercado..... | 7 |
| 2.4 Oferta turística..... | 7 |
| 2.5 Demanda..... | 8 |
| 2.6 Análisis de la demanda..... | 8 |
| 2.7 Potencialidad turística..... | 8 |
| 2.8 Análisis multicriterio..... | 8 |
| 2.9 Criterios..... | 8 |
| 2.9.1 <i>Accesibilidad / Conectividad</i> | 8 |
| 2.9.2 <i>Planta turística / Servicios</i> | 9 |
| 2.9.3 <i>Estado de conservación</i> | 9 |
| 2.9.4 <i>Higiene / Seguridad turística</i> | 9 |

| | | |
|-------|---|----|
| 2.9.5 | <i>Políticas y regulaciones</i> | 9 |
| 2.9.6 | <i>Actividades en el atractivo</i> | 9 |
| 2.9.7 | <i>Difusión del atractivo</i> | 9 |
| 2.9.8 | <i>Registro de visitantes</i> | 9 |
| 2.9.9 | <i>Recursos humanos</i> | 10 |
| 2.10 | Líneas de productos turísticos | 10 |
| 2.11 | Ruta turística | 11 |
| 2.12 | Tipos de rutas | 11 |
| 2.13 | Diseño de rutas turísticas | 12 |
| 2.14 | Rutas turísticas inteligentes | 12 |

CAPÍTULO III

| | | |
|----|---------------------------------|----|
| 3. | MARCO METODOLÓGICO | 13 |
|----|---------------------------------|----|

CAPÍTULO IV

| | | |
|---------|---|----|
| 4. | ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS | 21 |
| 4.1 | Estudio de mercado de la parroquia de San Andrés | 21 |
| 4.1.1 | <i>Validación de la oferta turística de la parroquia de San Andrés</i> | 21 |
| 4.1.1.1 | <i>Atractivos y actividades</i> | 21 |
| 4.1.1.2 | <i>Planta turística</i> | 26 |
| 4.1.1.3 | <i>Infraestructura básica</i> | 29 |
| 4.1.1.4 | <i>Superestructura turística</i> | 33 |
| 4.1.2 | <i>Validación de la demanda turística para la parroquia de San Andrés</i> | 34 |
| 4.1.2.1 | <i>Demanda turística</i> | 34 |
| 4.1.2.2 | <i>Actualización de la demanda nacional de la parroquia de San Andrés</i> | 35 |
| 4.1.2.3 | <i>Actualización de la demanda internacional de la parroquia de San Andrés</i> | 47 |
| 4.1.2.4 | <i>Perfil del turista nacional y extranjero</i> | 60 |
| 4.2 | Análisis multicriterio para la propuesta de rutas turísticas inteligente | 63 |
| 4.2.1 | <i>Identificación de las líneas de productos</i> | 63 |
| 4.2.2 | <i>Criterios para el diseño de las rutas turísticas</i> | 64 |
| 4.2.2.1 | <i>Actividades preferidas por los turistas nacionales y extranjeros</i> | 64 |
| 4.2.2.2 | <i>Modalidad de turismo preferido por los turistas nacionales y extranjeros</i> | 65 |
| 4.2.2.3 | <i>Parámetros para determinar el posicionamiento de los atractivos potenciales.</i> | 66 |
| 4.3 | Diseño de las rutas turísticas inteligentes | 71 |

| | | |
|--------------|---|-----------|
| 4.3.1 | Estructura de los componentes para las rutas turísticas..... | 71 |
| 4.3.1.1 | <i>Accesibilidad</i> | 72 |
| 4.3.1.2 | <i>Atractivos.....</i> | 72 |
| 4.3.1.3 | <i>Facilidades</i> | 73 |
| 4.3.1.4 | <i>Actividades.....</i> | 73 |
| 4.3.1.5 | <i>Productos.....</i> | 74 |
| 4.3.2 | <i>Diseño de las rutas turísticas por nivel de dificultad.....</i> | 75 |
| 4.3.2.1 | <i>Caracterización de la ruta turística “Hieleros del Chimborazo”</i> | 75 |
| 4.3.2.2 | <i>Caracterización de la ruta turística “Cóndor Samana”</i> | 77 |
| 4.3.2.3 | <i>Caracterización de la ruta turística “Glaciar Hans Meyer”</i> | 78 |
| 4.3.2.4 | <i>Caracterización de la ruta turística “Piedra de Bolívar- Arista del Sol”</i> | 80 |
| 4.3.3 | <i>Actividades turísticas principales</i> | 81 |
| 4.3.4 | <i>Turismo inteligente</i> | 82 |
| 4.3.5 | <i>Paquetes turísticos</i> | 83 |
| 4.3.6 | <i>Diseño de facilidades</i> | 98 |
| 4.3.6.1 | <i>Señalización.....</i> | 98 |

CAPÍTULO V

| | | |
|------------|--|------------|
| 5. | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 110 |
| 5.1 | Conclusiones..... | 110 |
| 5.2 | Recomendaciones..... | 112 |

GLOSARIO

BIBLIOGRAFÍA

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|--------------------|--|----|
| Tabla 2-1: | Ejes del turismo inteligente..... | 6 |
| Tabla 2-2: | Líneas de productos a nivel internacional..... | 10 |
| Tabla 3-1: | Matriz del inventario de atractivos..... | 13 |
| Tabla 3-2: | Instituciones que influyen en el sector turístico..... | 14 |
| Tabla 3-3: | Distribución del universo..... | 15 |
| Tabla 3-4: | Distribución de la muestra..... | 17 |
| Tabla 3-5: | Ponderación de criterios en atractivos naturales y culturales..... | 17 |
| Tabla 3-6: | Rasgos y jerarquización..... | 18 |
| Tabla 3-7: | Esquema de la ponderación de criterios de los atractivos naturales y culturales..... | 19 |
| Tabla 4-1 : | Matriz de validación de atractivos naturales y culturales..... | 21 |
| Tabla 4-2: | Matriz de validación de atractivos culturales inmateriales..... | 23 |
| Tabla 4-3: | Matriz resumen del estado actual de los atractivos turísticos..... | 24 |
| Tabla 4-4: | Actividades en los atractivos..... | 25 |
| Tabla 4-5: | Alojamiento registrado en el catastro cantonal para la parroquia de San Andrés..... | 26 |
| Tabla 4-6: | Establecimientos de alojamientos observados en las salidas técnicas..... | 26 |
| Tabla 4-7: | Alojamientos, alimentación y bebidas registrados en el catastro cantonal de Guano..... | 27 |
| Tabla 4-8: | Establecimientos de alimentación..... | 28 |
| Tabla 4-9: | Otros servicios..... | 29 |
| Tabla 4-10: | Eliminación de excretas de la parroquia San Andrés..... | 31 |
| Tabla 4-11: | Eliminación de residuos sólidos de la parroquia San Andrés..... | 31 |
| Tabla 4-12: | Servicios de comunicación en las familias de la parroquia de San Andrés..... | 32 |
| Tabla 4-13: | Instituciones que influyen en el sector turístico de la parroquia de San Andrés..... | 33 |
| Tabla 4-14: | Matriz resumen de la demanda turística..... | 34 |
| Tabla 4-15: | Cuadro resumen de la demanda turística nacional y extranjera..... | 60 |
| Tabla 4-16: | Líneas de productos establecidos en el PLANDETUR 2020 y 2030..... | 63 |
| Tabla 4-17: | Análisis multicriterio de los atractivos potenciales..... | 67 |
| Tabla 4-18: | Atractivos potenciados según su jerarquía..... | 71 |
| Tabla 4-19: | Matriz resumen de la accesibilidad..... | 72 |
| Tabla 4-20: | Matriz resumen de los atractivos..... | 72 |
| Tabla 4-21: | Matriz resumen de las facilidades..... | 73 |
| Tabla 4-22: | Matriz resumen de las actividades..... | 73 |
| Tabla 4-23: | Matriz resumen de los productos..... | 74 |
| Tabla 4-24: | Ruta “Hieleros del Chimborazo”..... | 76 |

| | | |
|--------------------|--|-----|
| Tabla 4-25: | Ruta Cóndor Samana | 77 |
| Tabla 4-26: | Ruta “Glaciar Hans Meyer” | 79 |
| Tabla 4-27: | Ruta “Piedra de Bolívar- Arista del Sol” | 80 |
| Tabla 4-28: | Actividades por ruta turística | 81 |
| Tabla 4-29: | Herramientas tecnológicas | 82 |
| Tabla 4-30: | Paquete 1 “Ruta Hieleros de Chimborazo” | 83 |
| Tabla 4-31: | Costos del paquete de la ruta del “Hieleros de Chimborazo” | 85 |
| Tabla 4-32: | Paquete 2 “Ruta del Hielero del Chimborazo” | 86 |
| Tabla 4-33: | Costos del paquete de la ruta del Hielero del Chimborazo | 87 |
| Tabla 4-34: | Paquete 3 “Ruta Cascada Cóndor Samana” | 88 |
| Tabla 4-35: | Costos del paquete de la ruta “Cascada de Cóndor Samana” | 89 |
| Tabla 4-36: | Paquete “Ruta Cascada Cóndor Samana” | 91 |
| Tabla 4-37: | Costos del paquete de la ruta “Cascada de Cóndor Samana” | 92 |
| Tabla 4-38: | Paquete “Ruta del Glacial Hans Meyer” | 93 |
| Tabla 4-39: | Costos de la ruta del “Glaciar Hans Meyer” | 94 |
| Tabla 4-40: | Paquete "Ruta de la Piedra de Bolívar” | 95 |
| Tabla 4-41: | Costos de la ruta “Piedra de Bolívar” | 97 |
| Tabla 4-42: | Ficha de señales viales | 98 |
| Tabla 4-43: | Fichas de señales urbanas | 100 |
| Tabla 4-44: | Matriz resumen de señalización turística | 103 |
| Tabla 4-45: | Costo de implementación de señalización turística | 109 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | | |
|--------------------------|--|----|
| Ilustración 3-1: | Visitas nacionales y extranjeras en el RPFCH durante el año 2021..... | 15 |
| Ilustración 3-2: | Detalle de las visitas durante el año 2021 en la RPFCH | 16 |
| Ilustración 4-1: | Suministros de abastecimiento de agua en la parroquia San Andrés. | 30 |
| Ilustración 4-2: | Género de los turistas | 35 |
| Ilustración 4-3: | Edad de los turistas..... | 36 |
| Ilustración 4-4: | Procedencia de los turistas | 36 |
| Ilustración 4-5: | Organización de viajes turísticos..... | 37 |
| Ilustración 4-6: | Medios de comunicación para realizar actividades turísticas..... | 37 |
| Ilustración 4-7: | Frecuencia de turismo al año por los turistas | 38 |
| Ilustración 4-8: | Presupuesto por día en viajes turísticos..... | 38 |
| Ilustración 4-9: | Motivos de viaje de los turistas. | 39 |
| Ilustración 4-10: | Promedio de viaje..... | 39 |
| Ilustración 4-11: | Acompañamiento de viaje de los turistas | 40 |
| Ilustración 4-12: | Herramientas tecnológicas para viajes turísticos..... | 40 |
| Ilustración 4-13: | Utilización de códigos QR | 41 |
| Ilustración 4-14: | Aplicaciones para realizar reservas o pedidos..... | 42 |
| Ilustración 4-15: | Frecuencia de uso de las aplicaciones | 42 |
| Ilustración 4-16: | Métodos de pago utilizados por los turistas. | 43 |
| Ilustración 4-17: | Disponibilidad de mapas digitales..... | 43 |
| Ilustración 4-18: | Importancia de la disponibilidad de mapas digitales..... | 44 |
| Ilustración 4-19: | Preferencia de tipos de turismo | 44 |
| Ilustración 4-20: | Factores que elevan la experiencia de turismo | 45 |
| Ilustración 4-21: | Actividades turísticas para los turistas | 45 |
| Ilustración 4-22: | Conocimiento de la existencia de la parroquia San Andrés | 46 |
| Ilustración 4-23: | Conocimiento de los atractivos turísticos de San Andrés a los turistas | 46 |
| Ilustración 4-24: | Participación de un turismo inteligente en San Andrés..... | 47 |
| Ilustración 4-25: | Género de los turistas | 48 |
| Ilustración 4-26: | Edad de los turistas..... | 48 |
| Ilustración 4-27: | Procedencia de los turistas | 49 |
| Ilustración 4-28: | Organización de viajes turísticos..... | 49 |
| Ilustración 4-29: | Medios de comunicación para realizar actividades turísticas..... | 50 |
| Ilustración 4-30: | Frecuencia de turismo al año por los turistas | 50 |
| Ilustración 4-31: | Presupuesto por día en viajes turísticos..... | 51 |
| Ilustración 4-32: | Motivos de viaje de los turistas. | 51 |

| | |
|---|----|
| Ilustración 4-33: Promedio de viaje..... | 52 |
| Ilustración 4-34: Acompañamiento de viaje de los turistas | 52 |
| Ilustración 4-35: Herramientas tecnológicas para viajes turísticos..... | 53 |
| Ilustración 4-36: Utilización de códigos QR | 54 |
| Ilustración 4-37: Aplicaciones para realizar reservas o pedidos..... | 54 |
| Ilustración 4-38: Frecuencia de uso de las aplicaciones | 55 |
| Ilustración 4-39: Métodos de pago utilizados por los turistas. | 55 |
| Ilustración 4-40: Disponibilidad de mapas digitales..... | 56 |
| Ilustración 4-41: Importancia de la disponibilidad de mapas digitales..... | 56 |
| Ilustración 4-42: Preferencia de tipos de turismo | 57 |
| Ilustración 4-43: Factores que elevan la experiencia de turismo | 57 |
| Ilustración 4-44: Actividades turísticas para los turistas | 58 |
| Ilustración 4-45: Conocimiento de la existencia de la parroquia San Andrés | 58 |
| Ilustración 4-46: Conocimiento de los atractivos turísticos de San Andrés a los turistas | 59 |
| Ilustración 4-47: Participación de un turismo inteligente en San Andrés..... | 59 |
| Ilustración 4-48: Comparación de actividades preferidas por los turistas nacionales y extranjeros | 65 |
| Ilustración 4-49: Comparación de las modalidades de turismo preferidos por los turistas nacionales y extranjeros | 65 |
| Ilustración 4-50: Mapa general de las rutas turísticas inteligentes | 75 |
| Ilustración 4-51: Mapa de la ruta "Hielero del Chimborazo" | 75 |
| Ilustración 4-52: Mapa de la ruta "Cascada Cóndor Samana" | 77 |
| Ilustración 4-53: Mapa de la ruta "Glaciar Hans Meyer" | 78 |
| Ilustración 4-54: Mapa de la ruta "Piedra de Bolívar" | 80 |

ÍNDICE DE ANEXOS

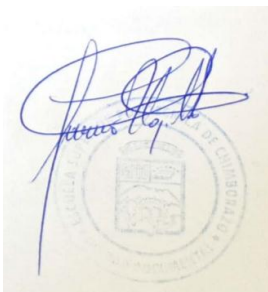
ANEXO A: GUÍAS DE OBSERVACIÓN DE INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS
NATURALES Y CULTURALES.

ANEXO B: ENCUESTA A LOS TURISTAS

RESUMEN

El principal desafío que enfrenta la Parroquia San Andrés en el sector turístico radica en la falta de información adecuada sobre sus recursos y atracciones turísticas. A pesar de contar con atractivos naturales, infraestructura y servicios turísticos, estos no están bien coordinados ni planificados, lo que limita su explotación y, en consecuencia, su promoción. Esta problemática motivó a la Administración Parroquial y a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH) a colaborar en el proyecto "Diseño de Rutas Turísticas Inteligentes para la parroquia San Andrés, cantón Guano, provincia de Chimborazo" en el año 2023. Siendo parte del "Diseño de un modelo de gestión turística basado en los ejes estratégicos del turismo inteligente para la parroquia San Andrés". El objetivo principal de este trabajo fue aprovechar al máximo los recursos turísticos del área como base para la creación de rutas que faciliten la promoción del turismo en San Andrés. La metodología utilizada se centró en una investigación cualitativa no experimental, que incluyó análisis de documentos y trabajo de campo. Además, se emplearon herramientas del sistema turístico, documentos y fichas de inventario proporcionadas por el Ministerio de Turismo (MINTUR) y análisis multicriterio, también se aplicó el modelo de gestión de "Destino Turístico Inteligente". Como resultado, se logró validar y actualizar el estudio de mercado de la parroquia y se desarrolló un análisis multicriterio que sirvió de base para la creación de las rutas turísticas planificadas en el proyecto. En conclusión, esta investigación permitió determinar la oferta y demanda de la parroquia de San Andrés, logrando de dicha forma establecer 4 rutas turísticas en base a la línea de productos aplicables para cada ruta, con ello se recomendó a la población implementar estos productos a su oferta y actualizar sus documentos oficiales respecto a los cambios de los últimos años en la parroquia.

Palabras clave: <TURISMO>, <RUTAS TURÍSTICAS INTELIGENTES>, <OFERTA TURÍSTICA>, <MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA>, <DISEÑO DE RUTAS TURÍSTICAS>.



0057-DBRA-UPT-2024

SUMMARY

The main challenge facing San Andrés village in the tourism area is the lack of information about its tourism resources and attractions. Despite having natural attractions, infrastructure and tourism services, these are not well coordinated or planned, which limits their exploitation and, consequently, their promotion. On the other hand, this problem motivated the local administration and the Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH) to collaborate in the project "Design of Intelligent Tourist Routes for the San Andrés village, Guano canton, Chimborazo province" in 2023 year. Being part of the "Design of a tourism management model based on the strategic axes of smart tourism for the San Andres town". The main objective of this research work was to make the most of the tourist resources of the area as a basis for the creation of routes that facilitate the promotion of tourism in San Andres. The methodology used focused on non-experimental qualitative research, which included document analysis and field work. In addition, tourism system tools, documents and inventory sheets provided by the Ministry of Tourism (MINTUR) and multi-criteria analysis were used, and the "Intelligent Tourism Destination" management model was also applied. As a result, the market study of the village was validated and updated and a multi-criteria analysis, which served as the basis for the creation of the tourist routes planned in the project. To sum up, this research made it possible to determine the supply and demand of the San Andres town, thus establishing 4 tourist routes based on the line of products applicable to each route, thus recommending that the population implement these products to their offer and update their official documents regarding the changes in the town.

Keywords: <TOURISM> <INTELLIGENT TOURIST ROUTES> <TOURIST OFFER>
<TOURISTIC MANAGEMENT MODEL> <TOURIST ROUTE DESIGN>



Msc. Cristina Paola Chamorro Ortega

DOCENTE INGLES TURISMO

060423717-2

INTRODUCCIÓN

Según Córdova, y otros, (2022) en la contemporaneidad, el turismo se integra como una de las actividades destacadas para impulsar el desarrollo socioeconómico de una ciudad o localidad específica. El aumento de actividades turísticas menos convencionales ha propiciado el desarrollo de lugares que previamente no figuraban como opciones de pernoctación para los turistas, transformando la dinámica del sector. En este contexto, han surgido nuevas rutas turísticas como respuesta a este cambio de escenario

Se ha documentado una variedad significativa de rutas turísticas, como, por ejemplo; La Ruta del Spondylus, ubicada a lo largo de la costa de Ecuador, encapsula diversos aspectos culturales, históricos y arqueológicos del país. Incorpora elementos de las culturas precolombinas ecuatorianas, destaca la biodiversidad en reservas naturales, ofrece experiencias de aventura en montañas locales, proporciona opciones de relajación en playas, y promueve la apreciación de la gastronomía local (Cruz, 2014).

Los avances en las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han democratizado el acceso a una vasta variedad de contenidos digitales. La aparición de dispositivos portátiles que incorporan diversas aplicaciones y contenidos, que abarcan desde aspectos culturales y de ocio hasta áreas cruciales como turismo, educación y salud, representa un hito significativo en el desarrollo tecnológico actual (Pulla, 2020)

Ahora bien, al generar la combinación de rutas turísticas inteligentes se aprovecha las TICs para generar competitividad en el sector y crear una experiencia diferente a las establecidas, pues el turismo inteligente forma interconexiones con el medio turístico existente en el sector que se establezca.

En el presente trabajo se ha desarrollado mediante cinco capítulos los cuales abordan de forma minuciosa el desarrollo del objetivo principal de dicha investigación. El capítulo uno describe los antecedentes, la problemática, justificación, delimitación del área en cuestión a investigar y los objetivos a desarrollar en la investigación. En el capítulo dos se describe la revisión de literatura en referencia a la terminología más relevante. En el capítulo tres se establece la metodología a emplearse para el desarrollo de cada objetivo paso a paso. El capítulo cuatro se detalla los resultados obtenidos, se ha realizado el diseño de rutas turísticas inteligentes para potencializar el aprovechamiento turístico de la parroquia de San Andrés, por último, el capítulo cinco hace referencia a las conclusiones y recomendaciones encontradas para cada objetivo.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes

El turismo inteligente se apoya en infraestructura tecnológica que asegura el desarrollo sostenible del territorio y facilita la interacción e integración del visitante con el entorno, aumentando la calidad de su experiencia en el destino y mejorando la calidad de vida de los residentes en ámbitos económicos y sociales (Acosta, 2017; Gómez Oliva et al., 2017), en tanto (Romero et al., 2019) señala que la implementación de las rutas inteligentes generan beneficios económicos, sociales y culturales, son entonces las rutas uno de los medios para facilitar la aplicación del concepto de turismo inteligente en el territorio, contribuyendo al desarrollo sostenible del mismo.

Existen diversos diseños de rutas turísticas en el Ecuador en sus distintas provincias y regiones, las que menciona Pulla Pesantez, et al, (2020) en su investigación “Turismo disruptivo: rutas turísticas inteligentes” explicando que las rutas turísticas son el espacio físico de la geografía que posee distintos atractivos turísticos tanto naturales como culturales las que por medios de accesos y facilidades ayudan a la ejecución de varias actividades de carácter turístico y/o recreativo para proveer de disfrute a los visitantes o turistas.

Según Carpio, (2017) en su proyecto técnico “Diseño de una ruta turística para el cantón Loreto, provincia de Orellana” señala que el Ecuador, dada su máxima biodiversidad por unidad de superficie a nivel mundial, se encuentra en una posición óptima para ser reconocido como el país más megadiverso del planeta, pues se refleja en la amplia variedad de atractivos naturales y culturales presentes en sus cuatro regiones turísticas: Costa, Sierra, Oriente y Galápagos, los mismos que incluyen playas, nevados, montañas, selva virgen y especies endémicas, emerge como un destino de importancia singular para la apreciación y estudio de la diversidad biológica y cultural.

El diseño de las actividades turísticas en determinado territorio es una herramienta generadora de oportunidades para el desarrollo local pues se espera llegar a la excelencia y calidad para lograr introducirse y posicionarse en el mercado debido que cada vez es más competitivo, incentivando a los turistas y visitantes a recorrer más lugares con potencial turístico, llevando a la dinamización de la economía local. Respecto a esto, se dice que el turismo es una alternativa viable para el

desarrollo dependiendo de las demandas y de la misma forma retornando los beneficios que la actividad turística genera a la localidad (Ramírez Chacha, 2020).

San Andrés es una parroquia con varios atractivos naturales y culturales con potencial turístico que por su ubicación geográfica es llamativa por la diversificación que posee para los turistas, por ello en uno de los objetivos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) se busca fomentar el desarrollo económico de la parroquia mediante una producción sostenible, espacios de comercialización y el aprovechamiento de los recursos turísticos, aun así los atractivos no cuentan con los elementos necesarios para ser considerados dentro del mercado local, nacional e internacional, debido a su oferta y poca demanda (Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Andrés, 2019).

1.2 Planteamiento del problema

La parroquia San Andrés cuenta con atractivos naturales y culturales relevantes, sin embargo, estas potencialidades no han sido lo suficientemente aprovechadas turísticamente en virtud de que no se han generado iniciativas innovadoras como las rutas turísticas inteligentes que encadenarían todo aquello que posee la parroquia y apoyarían al desarrollo de esta misma.

1.3 Justificación

El presente trabajo se articula al plan del GAD parroquial San Andrés 2019-2023 el cual señala en su visión la necesidad de aprovechar los recursos turísticos naturales, para fomentar el desarrollo económico fortaleciendo su oferta turística, además el mismo plan señala como meta a alcanzar: “Ruta turística posicionada en el mercado hasta el 2023 y el fortalecimiento de 2 rutas turísticas” (Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Andrés, 2019).

La parroquia San Andrés y su entorno requieren de trabajos vanguardistas, es decir, novedosos, que escapen a la tendencia dominante y que podrían sentar las bases del desarrollo turístico futuro, como son las rutas turísticas inteligentes, que facilitarían la estancia de los turistas.

Además, la presente investigación contribuirá al cumplimiento del componente 1 de la investigación denominada “Diseño de un modelo de gestión turística basado en los ejes estratégicos del turismo inteligente para la parroquia San Andrés” en el que se mostrarán bases científicas que sustenten el modelo de gestión turística basado en los ejes estratégicos del turismo inteligente para la parroquia de San Andrés.

1.4 Delimitación

La parroquia San Andrés está ubicada en la sierra centro de Ecuador, al noroeste de la provincia de Chimborazo, cantón Guano.

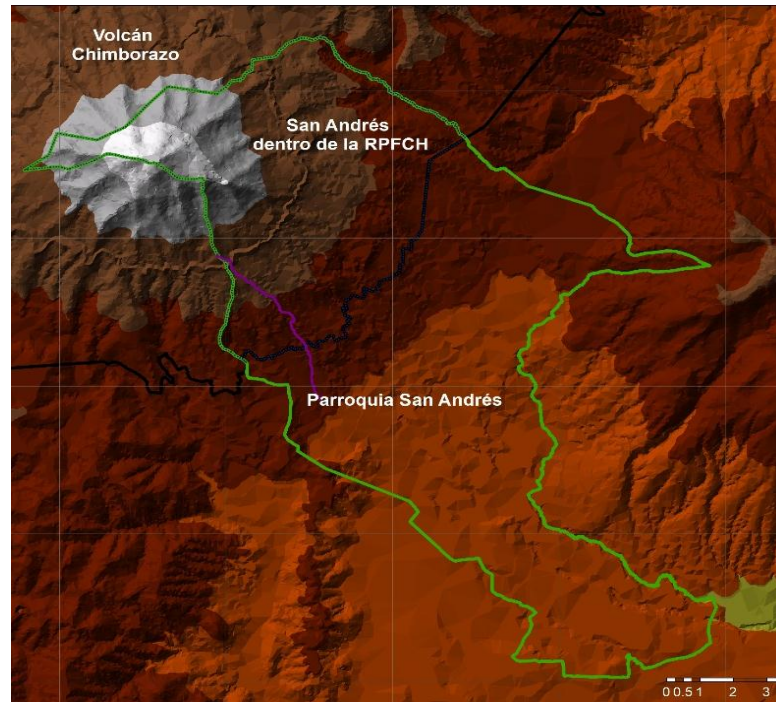


Ilustración 1. Mapa de la parroquia de San Andrés

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Andrés, 2019

San Andrés es considerada la parroquia más grande del Cantón Guano, con una extensión de 159,9 km², lo que corresponde al 34,82 % del área cantonal, conformada por 32 comunidades rurales y 8 barrios urbanos rurales. Además, el clima variado que va desde el glaciar en el volcán Chimborazo, frío en las faldas de este y templado en la cabecera parroquial, con una temperatura promedio anual de 11 °C a 19 °C y un rango altitudinal que va desde los 2900 hasta 6310 msnm (Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Andrés, 2019).

San Andrés es considerado como un territorio enfocado a la actividad agropecuaria, pues genera productos agrícolas como: papas, maíz, habas, arveja y melloco entre otros, en cuanto a sus habitantes son productores pecuarios de ganado bovino de leche, además limita al norte con la provincia de Tungurahua, al sur con las parroquias de Calpi, San Juan, Riobamba y al este limita con las parroquias de Guano y San Isidro, y con el oeste la parroquia de San Juan y la provincia de Bolívar (Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Andrés, 2019).

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Diseñar rutas turísticas inteligentes para la parroquia San Andrés, en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

1.5.2 Objetivos específicos

- Validar un estudio de mercado de la parroquia San Andrés.
- Realizar un análisis multicriterio para la propuesta de rutas turísticas inteligentes para la parroquia de San Andrés.
- Diseño de las rutas turísticas en función de sus atributos.

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Turismo Inteligente

El turismo inteligente es la interconexión de las partes interesadas por medio de plataformas dinámicas y con fluida comunicación a través de sistemas y conocimiento que mejoren el soporte de decisiones logrando mejorar de manera significativa la experiencia del turista, e incrementando la competitividad del destino turístico provocando satisfacción a los visitantes mediante la sostenibilidad (Solís-Hernández, 2020, p.14).

El desarrollo de actividades turísticas necesita una gestión óptima y de sostenibilidad siendo así el turismo inteligente un destino turístico innovador que se relaciona con la infraestructura tecnológica que asegura un desarrollo sostenible en el espacio geográfico facilitando la interacción e integración del visitante con el entorno generando mayor calidad en su experiencia en el destino lo que provoca una mejor calidad de vida de los pobladores (Molina, 2022, p.54).

2.2 Ejes del Turismo Inteligente

El turismo inteligente presenta los siguientes componentes comparados con otros autores los cuales muestran los criterios que se implementan para fomentar el turismo y utilizar las herramientas tecnológicas para su mejora.

Tabla 2-1: Ejes del turismo inteligente

| Tecnología e innovación en destinos turísticos inteligentes. (Lojano, 2023, p. 197) | (Romero, 2017) | Destinos turísticos inteligentes. Manual Operativo para la configuración de Destinos Turísticos Inteligente. (INVAT.TUR, 2015, p.25-118) |
|--|-----------------------|---|
| Gobernabilidad | Gobernanza | Gobernanza |
| Innovación | Sostenibilidad | Sostenibilidad |
| Tecnología | Innovación | Accesibilidad |
| Accesibilidad Universal | Tecnología | Conectividad y Sensorización |
| Sostenibilidad | Accesibilidad | Sistema de inteligencia turística |
| | | Información turística |
| | | Marketing online |
| | | Comercialización |
| | | Innovación |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

2.3 Estudio de mercado

La realización de un estudio de mercado se lleva a cabo por una necesidad e información que surge de manera específica en la organización que se vaya a realizar, pues se provoca por la necesidad de recabar información para lograr tomar decisiones que ayuden a minimizar el riesgo que está presente, por lo que la obtención de información específica tiene un proceso complejo, pues dota de garantías en lo que respecta confiabilidad y utilidad (Solís-Hernández, 2020, p.14).

Un estudio de mercado es utilizado mayoritariamente por entidades que gestionan destinos turísticos para lograr identificar los tipos de potenciales clientes que se pueden atraer y de la misma forma para conocer los motivos por lo que lo visitarían o no desean visitarlos, pues de esta forma al dirigirse asertivamente al segmento de mercado adecuado y darles la combinación adecuada de productos y servicios turísticos de la localidad se logra el éxito de los destinos turísticos (Solís-Hernández, 2020, p.16).

Cevallos Vique (2020, p.112) menciona que es relevante para la recolección de información mediante características de la población y el lugar a estudiar, tomando en referencia datos reales donde se pueda identificar las ventajas y desventajas para poder generar la propuesta de manera más clara.

2.4 Oferta turística

Kotler y Armstrong, (2004, p.329), autores del libro Marketing, plantean que la definición de oferta es la combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo.

Por otra parte, Andrade (2011, pág.12), define la oferta como “El conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios”.

Complementando esta definición, Andrade (2011, pág.12), agrega que:

En el lenguaje de comercio, se emplea la expresión estar en oferta para indicar que por un cierto tiempo una serie de productos tiene un precio más bajo del normal, para así estimular su demanda.

2.5 Demanda

La evaluación de la demanda puede llevarse a cabo al registrar tanto el número total de visitantes que acuden a una determinada área geográfica, nación, lugar turístico o punto de interés, así como los ingresos que se generan a partir de ellos, para un análisis más detallado, es posible desglosar estos datos y examinar cómo se distribuyen entre las diversas categorías de servicios proporcionados en esas mismas ubicaciones (Boullón, 2006, p.32).

2.6 Análisis de la demanda

Consiste en la segmentación de mercado donde se identifica al posible consumidor que esté dispuesto a adquirir, esta demanda se mide por diferentes factores que están identificados, por una serie de factores como necesidades de un bien o servicio mediante la cual se determina el ingreso de un sector, de su población esto se obtiene mediante encuestas o entrevistas para poder tener información verídica y verdadera en tiempo real, dentro del mismo espacio se puede realizar la comparación entre la demanda actual y la posible demanda que existiría en el futuro (Cevallos,2020, p. 33).

2.7 Potencialidad turística

El potencial turístico se puede entender como la combinación de oportunidades que tanto el entorno natural como social ofrecen para la realización de actividades turísticas (Glavan, 2006 citado en Rodríguez, 2017, p.92).

2.8 Análisis multicriterio

Sirve para utilizar métodos de decisión que permitan simplificar los sistemas complejos en pasos más sencillos y abordables con base en criterios claros, que a su vez puedan ser evaluados de manera cuantitativa y utilizados para asignar prioridades y tomar decisiones (Golubov, 2014, pp.123-133).

2.9 Criterios

2.9.1 Accesibilidad / Conectividad

Se refiere al ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en

las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica (MINTUR,2019).

2.9.2 *Planta turística / Servicios*

Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.

2.9.3 *Estado de conservación*

Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.

2.9.4 *Higiene / Seguridad turística*

Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.

2.9.5 *Políticas y regulaciones*

Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.

2.9.6 *Actividades en el atractivo*

Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.

2.9.7 *Difusión del atractivo*

Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos, relevancia y divulgación.

2.9.8 *Registro de visitantes*

Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.

2.9.9 Recursos humanos

Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.

2.10 Líneas de productos turísticos

Se realizó una revisión literaria de las líneas de productos turísticos aplicadas en diferentes países según sus documentos oficiales de turismo.

Tabla 2-2: Líneas de productos a nivel internacional

| Países | Líneas de productos (UNWTO) |
|----------------|---|
| España | Turismo rural Turismo gastronómico y enológico Turismo de montaña Turismo Urbano Turismo deportivo Turismo de compras |
| Inglaterra | Turismo de congresos o conferencias Turismo rural Turismo cultural Turismo urbano Turismo sostenible |
| Estados Unidos | Turismo rural Turismo de aventura Ecoturismo Turismo de cruceros |
| México | Turismo rural Turismo de aventura Ecoturismo Turismo de cruceros |
| Canadá | Turismo de cruceros |
| Costa Rica | Turismo rural-comunitario Etnoturismo - Ecoturismo Turismo de aventura Turismo de cruceros Turismo científico Turismo de salud |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

2.11 Ruta turística

Es un territorio correctamente preparado para el turismo, ofrece una amplia variedad de actividades, paseos y rutas, lo que hace que el visitante desee quedarse más tiempo o le anima a regresar; es decir prolonga la estadía y despierta fidelidad con el destino. (ONAM, BID y AME, 2006).

La ruta ofrece la posibilidad de dar a conocer ya sea un determinado tema o diferentes atractivos que aisladamente carecerían de interés o jerarquía suficiente como para atraer una demanda; pero igual al integrar una ruta específica forman parte de un producto turístico unitario. (LUQUE, et al., 2009).

Gusqui Gushqui, (2022) menciona que una ruta turística es un camino que posee un sendero fijo, creado con el propósito de poder visitar y descubrir atractivos culturales y naturales, ubicados en áreas de desarrollo turístico, contribuyendo a los objetivos de repartir la demanda del año, en el territorio, la mismas que deben corresponder a las necesidades de los mercados emergentes, es decir, que es la instalación que atiende las necesidades de los visitantes que buscan su riqueza de experiencia, flexibilidad, descuentos, aprendizaje y conocimiento de pueblos y tradiciones de un sector determinado, con el fin de ofrecer a la ciudadanía un amplio abanico de diversión y actividades con sus elementos distintivos de la misma

Una ruta turística es un recorrido que tiene un objetivo: pues permite la observación de paisajes, visitar sitios históricos, disfrute de zonas de playas o montañas, realizar actividades deportivas o de aventura, mientras se realiza un itinerario previamente elaborado conectando así zonas con diversos atractivos (Duque Vélez , 2018).

2.12 Tipos de rutas

Rutas Temáticas e interpretativas: según Barrera (1999) las rutas temáticas son recorridos que conectan puntos relacionados, ya sea de carácter histórico, social o artístico. Generalmente las rutas tienen algún tipo de señalización y básicamente están pensadas para realizarse a pie. En cuanto al equipamiento está destinado al público en general, su emplazamiento está generalmente vinculado a otros tipos de servicios, tales como centro de visitantes, zonas recreativas, áreas de camping, etc. Generalmente forman parte de la red de equipamientos recreativos de los espacios naturales protegidos o de otros lugares destinados a la divulgación de patrimonio. Es uno de los servicios interpretativos más efectivos, ya sea en el medio natural, rural o urbano. Supone un contacto directo entre el público y el recurso que se desea revelar, además es considerado como el método ideal para realizar interpretación sobre todo si es guiado.

2.13 Diseño de rutas turísticas

Machado y Hernández, (2017) mencionan que para realizar el diseño de las rutas turísticas deben presentarse los siguientes objetivos de diseño:

Rentabilidad social, ambiental y económica, además de la satisfacción de la demanda, combinando varios elementos intangibles y tangibles, reconocidos al momento del consumo del producto, productos integrados donde la autenticidad constituya una ventaja competitiva, es decir, los recursos históricos, culturales y naturales que podrían incorporarse al producto, sin que se pierda la esencia de la visita del cliente (Machado y Hernández, 2017; citado en Ramírez Chacha, 2020).

2.14 Rutas turísticas inteligentes

Se establece que las rutas turísticas inteligentes se aplican en territorios turísticos los cuales son espacios innovadores que hacen uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para impulsar el desarrollo sostenible del territorio turístico, de esta manera fomentando a la innovación para lograr una gestión eficiente de los recursos existentes siendo accesibles para toda la población, además facilita la interacción e integración de los turistas o visitantes con el entorno natural y cultural de los productos (Pesantez, 2020, pp.160-169).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

La presente investigación se llevó a cabo en base al método analítico, deductivo-inductivo a través de la recopilación de información de fuentes primarias y secundarias, partiendo del problema central para establecer la propuesta de rutas turísticas inteligentes. A continuación, se muestra el proceso metodológico, de acuerdo con los objetivos específicos planteados.

Para el cumplimiento del primer objetivo: Validar un estudio de mercado para la propuesta de ruta turística inteligente, se efectuaron las siguientes actividades:

- Se realizó la validación del análisis de la oferta mediante la revisión de los cuatro componentes de la oferta según Boullón, R. (2006):

- Primero los atractivos y actividades existentes en la parroquia, para lo cual se desarrolló una actualización de las guías de observación de los atractivos turísticos del estudio desarrollado en el año 2019 por Lucio, T. titulado “Proyecto de turismo comunitario bajo el enfoque socioeconómico como alternativas sustentables de la parroquia San Andrés, Cantón Guano” en donde se colocó la información de ubicación geográfica, en cuanto a la jerarquización y categorización de los atractivos se aplicó las guías de observación del MINTUR detallado en el Anexo A, consecuentemente se muestra el producto del inventario en una matriz resumen que contiene:

Tabla 3-1: Matriz del inventario de atractivos.

| N | Nombre del Atractivo | Categoría | Tipo | Subtipo | Jerarquía | Ubicación UTM | | |
|---|----------------------|-----------|------|---------|-----------|---------------|----------|----------------|
| | | | | | | Latitud | Longitud | Altitud (msnm) |
| | | | | | | | | |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

- Segundo componente, en la planta turística se realizó un listado preliminar en base a salidas técnicas de observación, posteriormente se validó el listado considerando los establecimientos que constan en el catastro municipal, y el cumplimiento de los requisitos mínimos para prestadores de servicios turísticos.

- El tercer componente correspondió al análisis de la infraestructura básica de la parroquia en el que se revisó los elementos de red de agua potable, suministro de energía, saneamiento, salud, transporte y comunicación mismos que se elaboraron a través de fuentes secundarias.

- Finalmente, se revisó el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia de San Andrés (PDOT, 2019), para lograr el análisis de la superestructura turística de las entidades involucradas en el desarrollo de la actividad turística, corroborando dicha información con las autoridades de la junta parroquial de San Andrés de la administración 2019-2023, empleando en dicho proceso la siguiente tabla resumen:

Tabla 3-2: Instituciones que influyen en el sector turístico

| Nº | Institución | Potencialidades | Limitaciones | Apoyo | Implicaciones |
|----|-------------|-----------------|--------------|-------|---------------|
| | | | | | |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

- Con respecto a la demanda turística, se realizó una matriz resumen de un estudio desarrollado por Lucio, T. en el año 2019. Posteriormente, se realizó un análisis actualizado de la demanda considerando como universo de estudio a los turistas que arribaron a la provincia de Chimborazo visitando la Ruta de los Refugios durante el año 2021, se realizó el cálculo de la muestra, mediante el uso de la fórmula matemática para el cálculo de la muestra de poblaciones finitas para los dos segmentos. Se calculó el número de encuestas a aplicar para los turistas nacionales y extranjeros, posteriormente aplicándose en el parqueadero del Refugio Carrel (R.C) con la asistencia del personal del área, durante los feriados de navidad y fin de año. Determinando de esta manera, mediante cuadros resumen los perfiles de los turistas nacionales y extranjeros.

- Para determinar el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula matemática para el cálculo de la muestra de poblaciones finitas para los dos segmentos.

$$n: \frac{N - p - q}{(N - 1)\left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p - q)}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo

e = Margen de error (5%)

z = Constancia de corrección de error (2)

p = Probabilidad de ocurrencia del evento (0.5)

q = Probabilidad de no ocurrencia de un evento (0.5)

El universo de estudio es el total de visitantes nacionales y extranjeros que arribaron a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo durante el año 2021, que fue de 103176 turistas.

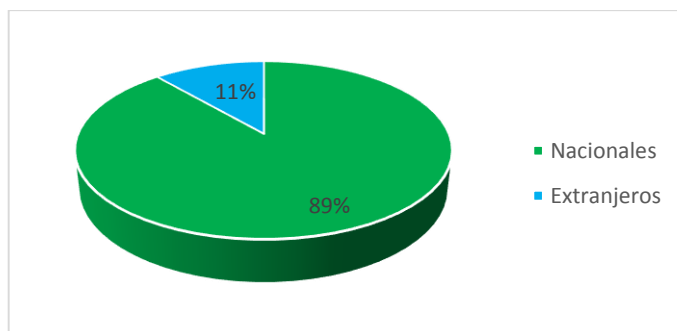


Ilustración 3-1: Visitas nacionales y extranjeras en el RPFCH durante el año 2021

Fuente: SIB, 2022.

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Se expone que de 103176 visitantes que arribaron a la RPFCH, el 11% corresponde a 11735 visitantes extranjeros, mientras que 91441 visitantes representan el 89% nacionales.

Tabla 3-3:Distribución del universo.

| Visitas durante el año 2021 | | | |
|-----------------------------|------------|-------------|--------|
| Meses | Nacionales | Extranjeros | Total |
| Enero | 8846 | 972 | 9818 |
| Febrero | 7921 | 491 | 8412 |
| Marzo | 7263 | 490 | 7753 |
| Abril | 3421 | 396 | 3817 |
| Mayo | 4500 | 398 | 4898 |
| Junio | 7244 | 693 | 7937 |
| Julio | 11013 | 1185 | 12198 |
| Agosto | 14360 | 1489 | 15849 |
| Septiembre | 8323 | 1206 | 9529 |
| Octubre | 6843 | 1403 | 8246 |
| Noviembre | 6812 | 1619 | 8431 |
| Diciembre | 4895 | 1393 | 6288 |
| TOTAL | 91441 | 11735 | 103176 |

Fuente: SIB, 2022.

Realizado por: Barrigas, T., 2023

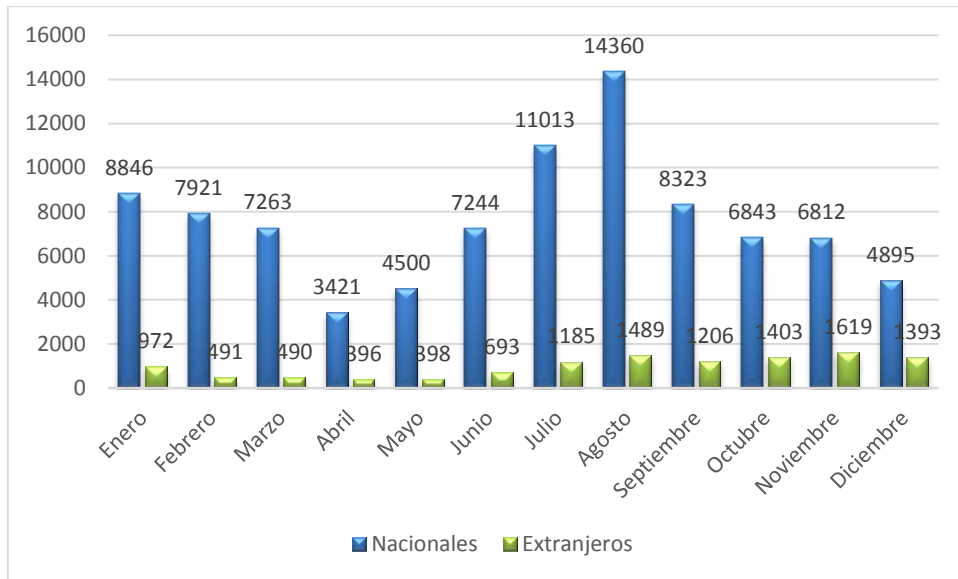


Ilustración 3-2: Detalle de las visitas durante el año 2021 en la RPFCH

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Se muestra el detalle de visitación a la RPFCH mensual para el año 2021, encontrando los meses con mayor afluencia son agosto (15849 visitantes), seguido de julio (12198 visitantes) y de menor afluencia son abril 3817 (visitantes) y mayo (4898 visitantes).

Distribución de la muestra:

- Cálculo de muestra para los turistas nacionales

$$N = 97441 * 0.5 * 0.5$$

$$91441(0.05 / 2)^2 + 0.5 * 0.5$$

$$N = 398$$

Se aplicarán 398 encuesta.

- Cálculo muestra para los turistas extranjeros

$$N = 11735 * 0.5 * 0.5$$

$$11735(0.05 / 2)^2 + 0.5 * 0.5$$

$$N = 387$$

Se aplicarán 387 encuestas

Tabla 3-4: Distribución de la muestra.

| Turistas | Número | Porcentaje % |
|--------------|------------|--------------|
| Extranjeros | 387 | 49.3% |
| Nacionales | 398 | 50.7% |
| TOTAL | 785 | 100% |

Fuente: Registro de visitantes a la RPFCH.

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Para el cumplimiento del segundo objetivo: Realizar un análisis multicriterio para la propuesta de rutas turísticas inteligentes.

- Para determinar los criterios de evaluación se tomaron en consideración los mencionados en la Metodología para Inventario de Atractivos Turísticos del MINTUR 2017, se realizó una revisión bibliográfica de las líneas de productos existentes para el Ecuador, luego se identificaron posibles líneas de productos para la parroquia según el PLANDETUR, 2030; también, se consideraron los atractivos de mayor potencialidad, las preferidas de los clientes y los productos existentes en base al estudio de mercado.
- Para la ponderación de los criterios se debe tomar en cuenta los elementos como capacidad institucional y las competencias que permiten su mejoramiento (MINTUR, 2018)

Tabla 3-5: Ponderación de criterios en atractivos naturales y culturales

| Crterios de valoración | Descripción | Ponderación | |
|------------------------|--|--|----|
| A | Accesibilidad y conectividad | Condiciones de accesibilidad al atractivo, ciudad o poblado más cercano, además de la existencia de vías de acceso, servicios de transporte y señalización. | 18 |
| B | Planta turística / complementarios | Existencia de servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viaje, guía, transporte o movilización interna, facilidades turísticas y servicios complementarios a la actividad turística | 18 |
| C | Estado de conservación e integración sitio / entorno | Estimación de integridad de los atributos físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del atractivo y su entorno | 14 |
| D | Higiene y seguridad turística | Disponibilidad de servicios básicos, gestión ambiental, señalética, establecimientos de atención ciudadana en temas de salud, seguridad, comunicación y amenazas naturales | 14 |

| Criterios de valoración | | Descripción | Ponderación |
|-------------------------|--|--|-------------|
| E | Políticas y Regulaciones | Consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo | 10 |
| F | Actividades que se practican en el Atractivo | Actividades de agua, aire, tierra que se practican en atractivos naturales y actividades que se practican en atractivo culturales. | 9 |
| G | Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo | Mención del atractivo en publicaciones en revistas especializadas nacionales o internacionales, así como páginas web, redes sociales, prensa, televisión, entre otros. | 7 |
| H | Registro de visitantes y afluencia | Registro visitantes realizado por el administrador del atractivo, temporalidad de visita, procedencia del visitante, frecuencia de visitantes. | 5 |
| I | Recursos humanos | Número de personas y nivel de instrucción académica del personal que labora en el atractivo. | 5 |
| TOTAL | | | 100 |

Fuente: Metodología para Inventario de Atractivos Turísticos, MINTUR 2017; Reporte del Índice de Competitividad Turística (OMT,2015)

- Posteriormente, una vez generada la información de los atractivos, los criterios se expresan de forma cuantitativa sobre un valor de 100 logrando realizar la jerarquización mediante una escala de I a IV, los atractivos deben responder a la siguiente descripción:

Tabla 3-6: Rasgos y jerarquización

| Rangos | Jerarquía | Descripción |
|----------|-----------|--|
| 86 – 100 | IV | Atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial. |
| 61 – 85 | III | Atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales e internacionales. |

| | | | |
|---------|---------|----|--|
| 36 – 60 | | II | Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas nacionales. |
| 11 – 35 | | I | Atractivo sin mérito suficiente para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forma parte del inventario de atractivos turísticos como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía. |
| 0 – 10 | Recurso | | No alcanza la categoría atractivo turístico. |

Fuente: Metodología Inventario de Atractivos Turísticos (MINTUR, 2017)

Tabla 3-7: Esquema de la ponderación de criterios de los atractivos naturales y culturales

| N° | Atractivos naturales y culturales | Categoría | Índice de competitividad turística | | | | | Criterios relacionados con la demanda | | | Total | Jerarquía | |
|----|-----------------------------------|-----------|------------------------------------|------------------------------------|--|-------------------------------|--------------------------|---------------------------------------|--|------------------------------------|-------|-----------|------------------|
| | | | Accesibilidad y conectividad | Plantas turísticas/Complementarios | Estado de conservación e integración del sitio | Higiene y seguridad turística | Políticas y regulaciones | Actividades que se pueden practicar | Difusión, medios de promoción y comercialización | Registro de visitantes y afluencia | | | Recursos humanos |
| | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Metodología para Inventario de Atractivos Turísticos, MINTUR 2017;

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Siendo que cada uno de estos criterios posee una valoración de 25% los dos primeros y 50% la metodología para el inventario de atractivos turísticos.

Para el desarrollo del tercer objetivo: Diseño de las rutas turísticas en función de sus atributos.

- En primer momento, se elaboró el mapa general para la identificación de las cuatro rutas turísticas, tomando en consideración recorridos, preferencias, tiempos de desplazamiento entre atractivos turísticos. Estructurando las rutas en base a los componentes que describen en el

Manual Generación de Rutas e Itinerarios Turísticos (MINTUR, 2019), realizando una descripción de la ficha técnica de las rutas.

- Después, se elaboró el itinerario de actividades, describiendo los aspectos básicos de cada una de las rutas, detallando la información de las actividades que se realizarán en cada uno de los paquetes, incluyendo tiempo de duración, describiendo los atractivos, sitios y facilidades para lo cual se utilizará herramientas de turismo inteligente como el uso de aplicaciones para una interpretación de calidad durante la operación turística.
- Finalmente, se realizó una propuesta de señalética en referencia al Manual de Señalización Turística (MINTUR, 2020) en que se brinda acceso a información de las rutas turísticas inteligentes mediante códigos QR y se establece el sitio estratégico para su colocación.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Estudio de mercado de la parroquia de San Andrés

4.1.1 Validación de la oferta turística de la parroquia de San Andrés

4.1.1.1 Atractivos y actividades

Según el estudio de Lucio, 2019 se han inventariado los atractivos turísticos culturales de la parroquia de San Andrés del cantón Guano, en base a éste se realizó la validación, que implicó el estudio de los atractivos naturales y culturales presentes en el área de estudio, para lo cual se empleó el método empírico, la técnica de observación y las correspondientes guías de observación (anexo A) de autoría del ministerio de turismo 2019.

Realizada la validación del inventario de atractivos turísticos se debe manifestar que Lucio estudia apenas los atractivos culturales, categorizando 8, siendo: Iglesia de San Andrés, Minas de San Andrés, Capilla de Lourdes, Estación de Urbina, Picapedreros de San Pablo, Centro Artesanal Pulinguí, Centro Artesanal Artesa y Minas de Hielo de Chimborazo, realizado el análisis con mayor profundidad y tomando en cuenta las variables; nombre del atractivo, categoría, tipo y subtipo. Los atractivos presentan su categoría en manifestaciones culturales siendo 5 del tipo históricas y 3 del tipo etnográficas, ninguna de las cuales presentan nivel de jerarquía pues solo se realizó una ficha de observación coincidiendo en la validación actual. Por otra parte, la presente investigación, además de los atractivos culturales, reporta la jerarquización y ubicación UTM de los atractivos culturales y naturales en la cantidad de 16.

Esto permite contar con mayor cantidad de insumos para el diseño de productos y aprovechar el potencial turístico del área en estudio. A continuación, se presentan los resultados de la validación.

Tabla 4-1: Matriz de validación de atractivos naturales y culturales.

| N | Nombre del Atractivo | Categoría | Tipo | Subtipo | Jerarquía | Ubicación UTM | | |
|---|----------------------|----------------------|---------|---------------|-----------|---------------|-----------|----------------|
| | | | | | | Latitud | Longitud | Altitud (msnm) |
| 1 | Volcán Chimborazo | Atractivos Naturales | Montaña | Alta montaña | III | 744778,3 | 9837842,8 | 6268 |
| 2 | Mina de Hielo Fósil | Atractivos Naturales | Montaña | Media montaña | II | 745309 | 9835551 | 4127 |

| | | | | | | | | |
|----|--------------------------------------|----------------------------|---------------------------|--------------------------------------|----|--------|---------|------|
| 3 | Piedra de Bolívar-Arista del Sol | Atractivos Naturales | Montaña | Alta montaña | II | 744978 | 9836569 | 4920 |
| 4 | Laguna verde | Atractivos Naturales | Ambientes Lacustres | Laguna | I | 755902 | 9823428 | 2963 |
| 5 | Cascada Condor Samaná | Atractivos Naturales | Ríos | Cascada | I | 749194 | 9839660 | 4018 |
| 6 | Glaciar Hans Meyer | Atractivos Naturales | Fenómenos Geológicos | Grieta | I | 745193 | 9839889 | 4588 |
| 7 | Páramos del Sector del Portal Andino | Atractivos Naturales | Bosques | Páramo | I | 748846 | 9837892 | 4246 |
| 8 | Estación de Urbina | Manifestaciones culturales | Arquitectura | Histórica/Vernácula | I | 754510 | 9835427 | 3621 |
| 9 | Iglesia Central | Manifestaciones culturales | Arquitectura | Histórica/Vernácula | II | 755801 | 9823945 | 3004 |
| 10 | Capilla de Lourdes | Manifestaciones culturales | Arquitectura | Histórica/Vernácula | II | 754133 | 9823213 | 3064 |
| 11 | Picapedreros de San Pablo | Manifestaciones culturales | Acervo Cultural y Popular | Artesanías y Artes | II | 753044 | 9827661 | 3005 |
| 12 | Monumento al patrono de San Andrés | Manifestaciones culturales | Arquitectura | Monumento | I | 755379 | 9824201 | 3034 |
| 13 | Mirador Central "San Andrés" | Manifestaciones culturales | Arquitectura | Espacio Público | I | 755864 | 9823728 | 3009 |
| 14 | Mural de "San Andrés" | Manifestaciones culturales | Acervo Cultural y Popular | Artesanías y Artes | I | 756378 | 9823786 | 2981 |
| 15 | Centro artesanal Artesa Choquipogyo | Manifestaciones culturales | Acervo Cultural y Popular | Artesanías y Arte | II | 749200 | 9831892 | 3668 |
| 16 | Centro artesanal de Pulinguí | Manifestaciones culturales | Acervo Cultural y Popular | Pueblo y/o nacionalidad (Etnografía) | II | 750194 | 9826731 | 4250 |

Fuente: Grupo técnico San Andrés

Realizado por: Barrigas, T., 2023

En la tabla 4-1 se determina la existencia de 7 atractivos naturales de los cuales 4 son de jerarquía I, 2 son de jerarquía II y 1 de jerarquía III, todos ellos pertenecientes dentro de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, siendo que 6 atractivos se ubican sobre los 4.000 msnm y solo un atractivo sobre los 2.900 msnm, además existen 9 manifestaciones culturales de tipo arquitectura y acervo cultural y popular de subtipos; Histórica/Vernácula, Artesanías y Artes, Monumento, Espacio Público, Pueblo y/o nacionalidad (Etnografía) de los cuales 4 son de jerarquía I y 5 de jerarquía II ubicados en el centro parroquial de San Andrés sobre los 3000 msnm y 4 de ellos en comunidades aledañas a la parroquia.

Además, se recolecta guías de observación jerarquizadas de atractivos culturales inmateriales de la parroquia las cuales no se presentaban en el trabajo de Lucio:

Tabla 4-2: Matriz de validación de atractivos culturales inmateriales.

| N | Nombre del Atractivo | Categoría | Tipo | Subtipo | Jerarquía | Ubicación UTM | | |
|---|---------------------------------|----------------------------|---------------------------|---|-----------|---------------|----------|----------------|
| | | | | | | Latitud | Longitud | Altitud (msnm) |
| 1 | Champús | Manifestaciones culturales | Acervo Cultural y Popular | Gastronomía | II | 755803 | 9823897 | 3005 |
| 2 | Fiesta de la Navidad | Manifestaciones culturales | Acervo Cultural y Popular | Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares | II | 755803 | 9823897 | 3005 |
| 3 | Fiesta al Patrono de San Andrés | Manifestaciones culturales | Acervo Cultural y Popular | Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares | II | 755803 | 9823897 | 3005 |
| 4 | Las 3 Brujas | Manifestaciones culturales | Acervo Cultural y Popular | Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares | II | 755803 | 9823897 | 3005 |
| 5 | Mal aire | Manifestaciones culturales | Acervo Cultural y Popular | Medicina ancestral | I | 755803 | 9823897 | 3005 |
| 6 | Día de los difuntos | Manifestaciones culturales | Acervo Cultural y Popular | Pueblo y/o nacionalidad (Etnografía) | I | 755803 | 9823897 | 3005 |
| 7 | Guagua ñango | Manifestaciones culturales | Acervo Cultural y Popular | Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares | I | 755803 | 9823897 | 3005 |
| 8 | Embudo | Manifestaciones culturales | Acervo Cultural y Popular | Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares | I | 755803 | 9823897 | 3005 |

Fuente: Grupo técnico San Andrés

Realizado por: Barrigas, T., 2023

En la tabla 4-2 se determina la existencia de 8 atractivos culturales inmateriales siendo 4 de jerarquía I y 4 de jerarquía II, manifestaciones culturales de tipo acervo cultural y popular de subtipos; 5 de fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares, 1 de pueblo y/o nacionalidad (Etnografía), 1 de gastronomía y 1 de medicina ancestral.

En la siguiente tabla se muestra el estado de conservación de los atractivos y el estado del entorno:

Tabla 4-3: Matriz resumen del estado actual de los atractivos turísticos

| CLASIFICACIÓN | | CANTIDAD DE ATRACTIVOS | PORCENTAJE |
|--------------------------------------|---|------------------------|------------|
| Categoría | Naturales | 7 | 29 % |
| | Culturales | 17 | 71 % |
| TOTAL | | 24 | 100 % |
| Tipo | Arquitectura | 5 | 21% |
| | Acervo cultural y popular | 12 | 50% |
| | Ríos | 1 | 4 % |
| | Montaña | 3 | 13 % |
| | Bosques | 1 | 4 % |
| | Ambientes Lacustres | 1 | 4 % |
| | Fenómenos geológicos | 1 | 4 % |
| TOTAL | | 24 | 100 % |
| Subtipo | Histórica/Vernácula | 3 | 13% |
| | Cascada | 1 | 4 % |
| | Artesanías y Artes | 3 | 13% |
| | Pueblo y/o nacionalidad (Etnografía) | 2 | 8% |
| | Monumento | 1 | 4 % |
| | Espacio Público | 1 | 4 % |
| | Media montaña | 1 | 4 % |
| | Alta montaña | 2 | 8 % |
| | Laguna | 1 | 4 % |
| | Páramo | 1 | 4 % |
| | Grieta | 1 | 4 % |
| | Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares | 5 | 21% |
| | Medicina ancestral | 1 | 4 % |
| | Gastronomía | 1 | 4 % |
| TOTAL | | 24 | 100 % |
| Estado de conservación del atractivo | Conservado | 10 | 42% |
| | Alterado | 3 | 12% |
| | En proceso de deterioro | 10 | 42% |
| | Deteriorado | 1 | 4 % |

| | | | |
|--------------------|-------------------------|----|------|
| TOTAL | | 24 | 100% |
| Estado del entorno | Conservado | 11 | 46% |
| | Alterado | 5 | 21% |
| | En proceso de deterioro | 7 | 29% |
| | Deteriorado | 1 | 4 % |
| TOTAL | | 24 | 100% |
| Jerarquía | I | 12 | 50% |
| | II | 11 | 46% |
| | III | 1 | 4% |
| TOTAL | | 24 | 100% |

Fuente: Grupo técnico San Andrés

Realizado por: Barrigas, T., 2023

En conjunto los 24 atractivos materiales e inmateriales poseen cuatro estados de conservación siendo 10 conservado, tres alterado, 10 en proceso de deterioro y uno deteriorado. Respecto al estado del entorno, se indica que un 46% corresponde a 11 atractivos conservados, 29% a siete en proceso de deterioro, 21% a cinco en alterado y el 4% a uno de ellos en deterioro misma información que no se presenta en el documento de Lucio generando así un aporte más a la investigación.

Correspondiente a las actividades que se realizan en los atractivos se consultó a los técnicos del GAD parroquial de San Andrés de la administración 2019-2023 y mediante observación directa informando lo siguiente:

Tabla 4-4: Actividades en los atractivos

| Atractivos | Actividades turísticas |
|---|---|
| Iglesia de San Andrés, Capilla de Lourdes | Fotografía, procesiones religiosas, observación paisajística. |
| Estación de Urbina, Centro Artesanal Chuquipogyo, Centro Artesanal de Pulinguí | Venta de artesanías, experiencia comunitaria y hospedaje, observación paisajística. |
| Minas de hielo de Chimborazo, Piedra de Bolívar, Glaciar Heis Meyer, Paramo Portal Andino, Laguna verde | Caminatas, Senderismo, Ciclismo, Fotografía, snowboarding, observación de flora y fauna, camping, observación paisajística. |
| Monumento del Patrono de San Andrés, Mirador de San Andrés, Mural de San Andrés. | Fotografía, caminata, observación paisajística. |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Dependiendo de los atractivos existentes se han adaptado actividades turísticas para aprovechar dichos espacios, siendo que la actividad fotográfica, caminata y observación del paisaje sean las más realizadas, así como también existen; senderismo, ciclismo, procesiones religiosas,

experiencias comunitarias, elaboración de artesanías, observación de flora y fauna, camping y snowboarding.

4.1.1.2 Planta turística

Según el catastro cantonal, levantado en el año 2020 por el MINTUR se registran dos establecimientos de hospedaje en la cabecera parroquial de San Andrés, el hotel San Andrés y hostería Andaluza.

Tabla 4-5: Alojamiento registrado en el catastro cantonal para la parroquia de San Andrés.

| Nombre del establecimiento | Actividad | Clasificación | Capacidad de habitaciones | Capacidad de plazas | Categoría | Ubicación | Fuente |
|----------------------------|-------------|---------------|---------------------------|---------------------|-------------|---|----------|
| Hotel San Andrés | Alojamiento | Hotel | 18 | 54 | 2 estrellas | Chimborazo y Bolívar Chiriboga (Frente al mercado parroquial) | Catastro |
| Hostería Andaluza | Alojamiento | Hostería | 34 | 101 | 5 estrellas | Panamericana norte Km 16 vía a Quito, comunidad Chuquipoguyo, a tres kilómetros del peaje | Catastro |

Fuente: Catastro cantonal 2020

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Se agrega a esta investigación, mediante las salidas técnicas de observación los siguientes establecimientos de alojamientos de la parroquia San Andrés que no están registrados en el catastro:

Tabla 4-6: Establecimientos de alojamientos observados en las salidas técnicas

| N | Nombre | Actividad | Clasificación | Ubicación UTM | | | Fuente |
|---|-------------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------|----------|----------------|-------------------------------|
| | | | | Latitud | Longitud | Altitud (msnm) | |
| 1 | Razu Ñan | Alojamiento (Comunitario) | Centro comunitario | 750534 | 9826147 | 3220 | Salidas técnicas (Inventario) |
| 2 | Centro Artesanal Artesa Choquipogyo | Alojamiento (Comunitario) | Centro comunitario | 749200 | 9831892 | 3668 | |
| 3 | Hostería "El Cortijo" | Alojamiento | Hostería | 756013 | 9824279 | 3013 | |

Fuente: Catastro cantonal 2020

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Durante las salidas técnicas de observación se visitó, las iniciativas comunitarias ubicadas en las comunidades de Pulinguí y Santa Lucia de Chuquipogyo que ofrecen los servicios de alojamiento, alimentación, guianza y artesanías; estas no se encuentran en el catastro cantonal, sin embargo, deben hacerse campañas para que puedan elevar su categoría y cumplir con todos los requisitos pertinentes para ingresar a la base de datos del catastro turístico.

Establecimientos según el catastro cantonal levantado en el periodo 2020 por el MINTUR en el que se registran establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Guano.

Tabla 4-7: Alojamientos, alimentación y bebidas registrados en el catastro cantonal de Guano.

| Actividad | Clasificación | Capacidad | Categoría | Ubicación |
|---------------------|----------------|-----------|-------------|--|
| Alojamiento | Hostal | 40 | 1 estrella | García Moreno Y León Hidalgo 52-25 |
| Alimentos y Bebidas | Restaurante | 40 | Cuarta | Simón Bolívar Y Juan Montalvo |
| Alimentos y Bebidas | Restaurante | 32 | Tercera | León Hidalgo 10-45 Y Ricaurte |
| Alimentos y Bebidas | Restaurante | 60 | Tercera | Eloy Alfaro S/N Y León Hidalgo |
| Alimentos y Bebidas | Fuente de Soda | 28 | Tercera | García Moreno S/N. vía A Los Elenas |
| Alimentos y Bebidas | Fuente de Soda | 32 | Tercera | García Moreno 144 vía A Los Elenes |
| Alimentos y Bebidas | Restaurante | 52 | Tercera | León Hidalgo 10-12 Y Eloy Alfaro |
| Alimentos y Bebidas | Restaurante | 24 | Tercera | Sector Laguna De Valle Hermoso Km5 |
| Alojamiento | Hostería | 96 | 3 estrellas | Marcos Montalvo y Francisco Quilpe 919 |
| Alojamiento | Hostería | 82 | 3 estrellas | Marcos Montalvo |
| Alimentos y Bebidas | Restaurante | 40 | Cuarta | Asunción y Agustín Davalos |
| Alimentos y Bebidas | Bar | 36 | Tercera | Casique Toca S/N Y Tuncahuan |
| Alimentos y Bebidas | Restaurante | 72 | Cuarta | Guano Entre García Moreno Y Asunción |
| Alimentos y Bebidas | Restaurante | 40 | Cuarta | Agustín Dávalos Y Asunción |
| Alimentos y Bebidas | Restaurante | 40 | Cuarta | García Moreno Y Asunción |

| | | | | |
|---------------------|----------------|----|-------------|--|
| Alimentos y Bebidas | Restaurante | 48 | Tercera | Colón Entre García Moreno Y Agustín Davalos |
| Alojamiento | Hotel | 26 | 2 estrellas | Casique Toca Y Pasaje 1 |
| Alimentos y Bebidas | Cafetería | 40 | Cuarta | Comunidad Pulinguí, estación del Tren Urbina |
| Alimentos y Bebidas | Fuente de Soda | 24 | Tercera | Panamericana Norte Km. 10 |
| Alimentos y Bebidas | Restaurante | 60 | Tercera | León Hidalgo Y Agustín Davalos |

Fuente: Catastro cantonal 2020

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Se analiza que hay dos actividades registradas en el cantón Guano según el catastro; cuatro alojamientos con clasificación de 2 hosterías, 1 hotel y 1 hostel, en cuanto a alimentos y bebidas la clasificación de 11 restaurantes, una cafetería, un bar y tres fuentes de soda. Con capacidad de 30 a 80 pax, categorías de los alimentos y bebidas de tercera a cuarta, en alojamiento de 1 a 3 estrellas.

En el centro de la parroquia durante las salidas técnicas de observación se registraron establecimientos que brindan servicios de alimentación mismos que no están registrados en el catastro:

Tabla 4-8: Establecimientos de alimentación

| N° | Nombre del establecimiento | Ubicación UTM | | |
|----|---|---------------|----------|----------------|
| | | Latitud | Longitud | Altitud (msnm) |
| 1 | Restaurante “La casa vieja” | 755417 | 982395 | 3017 |
| 2 | Restaurante “Los sabores típicos de Rosita” | 755650 | 9823894 | 3010 |
| 3 | Restaurante “El buen sabor” | 755517 | 9823930 | 3013 |
| 4 | Conos y Leña 1945 | 755605 | 9824004 | 3010 |
| 5 | Picantería “Rosita” | 755666 | 9823991 | 3008 |
| 6 | Motes “Martita” | 755571 | 9823898 | 3010 |
| 7 | Fritada Carmita | 755437 | 9824054 | 3016 |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Los 7 establecimientos se dividen en 3 restaurantes, 1 panadería, 2 establecimientos de Fritadas y 1 Picantería. Uno de estos establecimientos “Conos y Leña 1945” lleva años ofertando productos propios de la zona, además de compartir su historia, prácticas tradicionales de horneado en leña e instalaciones aptas para ofrecer un servicio turístico de calidad.

En cuanto a información extra, se agrega a la investigación la existencia de tres operadoras turísticas comunitarias que prestan sus servicios para ofertar paquetes turísticos, las mismas que son administradas por las comunidades y de igual forma no se encuentran en el catastro siendo las operadoras turísticas de; Razu Ñan ubicada en Pulinguí, Calshi ubicada en Calshi y La Artesa ubicada en San Anita de Chuquipogyo.

Otros servicios:

Los establecimientos obtenidos mediante las salidas técnicas no están registrados en el catastro por lo que no están debidamente categorizados siendo así, colocados en la categoría otros debido a la naturaleza de sus actividades y productos.

Tabla 4-9: Otros servicios

| N | Nombre de los establecimientos | Ubicación UTM |
|----------|--|---|
| 1 | Molinos de "San Andrés" | Latitud: 755455 Longitud: 9824193 Altitud: 3018 |
| 2 | Asociación de Mujeres autónomas de Pulinguí | Latitud: 750195,7 Longitud: 9826732,6 Altitud: 3200 |
| 3 | Artesanías de Piedra | Latitud: 753044 Longitud: 9827661 Altitud: 3168 |
| 4 | Asociación de artesanas de Calshi | Latitud: 751090 Longitud: 9828175 Altitud: 3321 |
| 5 | Centro Artesanal Artesa Chuquipogyo (Artesanías) | Latitud: 749200 Longitud: 9831892 Altitud: 3668 |
| 6 | Razu Ñan (Comunitario) | Latitud: 750534,5 Longitud: 9826147,1 Altitud: 3220 |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

4.1.1.3 Infraestructura básica

Para el análisis del tercer componente se revisó los elementos de red de agua potable, suministro de energía, saneamiento, salud, transporte y comunicación que se detalla a continuación:

Agua potable: Los sistemas de agua de consumo humano del que se abastece a la población de la parroquia en su mayoría son entubados con un tratamiento reducido, subsiguientemente, se muestran los porcentajes:

El 38% de las comunidades poseen el sistema entubado de agua sin embargo se encuentran deteriorados pues ya se ha culminado su vida útil, el 25% de las mismas comunidades se abastecen de agua mediante la red pública los cuales poseen de medidores en su mayoría, en cuanto al 37% restante de la parroquia tienen servicio de agua potable debido a diferentes juntas administradoras de agua potable existentes en las comunidades.

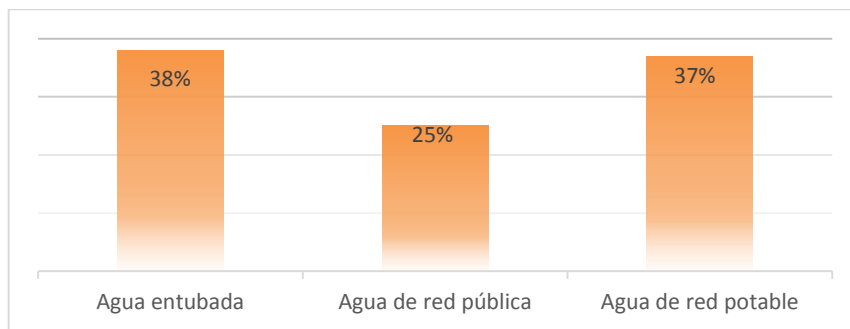


Ilustración 4-1: Suministros de abastecimiento de agua en la parroquia San Andrés.

Realizado por: Barrigas, T., 2023

En la ilustración 4-1 se muestra que la principal fuente de agua de la parroquia San Andrés es por agua entubada con un 38%, mientras que en un 37% es por agua de red potable y un 25% es de la red pública.

Suministro de energía: La parroquia recibe energía eléctrica de la Empresa Eléctrica Riobamba S.A., sin embargo, la mayoría de energía es producida por centrales hidroeléctricas ubicadas en sitios estratégicos que abastecen a la parroquia, el alumbrado público en el territorio se da mediante el uso de luminarias sin embargo en las comunidades distantes de la cabecera parroquial aún no cuentan con este servicio pues según INEC 2010 existe una cobertura del 88% en las comunidades y el 12% sobrante no cuentan con el servicio eléctrico principalmente en comunidades ubicadas en zonas altas.

Saneamiento: En cuanto a este elemento se puede establecer que la infraestructura de aguas servidas con la que disponen en su mayoría las comunidades de la parroquia de San Andrés son las siguientes:

Tabla 4-10: Eliminación de excretas de la parroquia San Andrés

| Manejo de aguas servidas | Porcentaje |
|--------------------------|------------|
| Pozo Séptico | 44% |
| Alcantarillado | 29% |
| Letrina | 27% |
| Total | 100% |

Fuente: PDOT, 2019.

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Es necesario mencionar que el sistema de alcantarillado en un 29% es inadecuado y representa una desigualdad para los habitantes de la parroquia, además con un alto porcentaje de 44% en cuanto a los pozos sépticos y un bajo nivel de 27% de letrinas.

Por otra parte, la eliminación de los residuos sólidos en la parroquia según el PDOT-2019 son los siguientes:

Tabla 4-11: Eliminación de residuos sólidos de la parroquia San Andrés

| Manejo de residuos sólidos | Porcentaje |
|----------------------------|------------|
| Terrenos baldíos | 38% |
| Quema de basura | 39% |
| Entierro de desechos | 15% |
| Carro recolector | 8% |
| Total | 100% |

Fuente: PDOT, 2019.

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Según lo mostrado en la tabla 4-11 se observa que el manejo de residuos sólidos en la parroquia San Andrés es poco eficiente pues no existe de forma permanente el servicio de carro recolector, pues al ser un servicio que ofrece el municipio de Guano solo realiza recorridos dos días a la semana, siendo el lunes y jueves en la cabecera parroquial y un día en las comunidades lo que complica el manejo de los desechos sólidos, además está presente un alto porcentaje de 39% de personas que como técnica de eliminación realizan la quema de basura, así mismo existe un 38% de personas que eliminan sus residuos botando en terreno baldíos o quebradas lo que genera olores desagradables a los pobladores, así mismo hay presente un 15% de personas que entierran su basura lo que de igual forma producen contaminación al suelo y un mínimo de 8% que elimina sus desechos a través del carro recolector.

Salud Pública: Los habitantes de las comunidades rurales de San Andrés tienen que acercarse a los puestos de salud que estén ubicados más cerca de sus comunidades, como los siguientes: Dispensarios del Seguro Social Campesino de Pulinguí y Calshi, Centro de salud de la cabecera parroquial, Centro de Salud Tuntatacto, puesto de salud de San Pablo y Balsayan, sin embargo en los talleres comunitarios la población participante comunican que el servicio de salud no es de buena calidad mayoritariamente por el trato que reciben por el personal de salud, según lo manifestado en el PDOT-2019 de San Andrés.

Transporte: La parroquia de San Andrés según el PDOT-2019 cuenta con el servicio de transporte a las comunidades y así mismo al centro parroquial, que llegan desde la ciudad de Riobamba las cuales son: Cooperativa de Transporte San Andrés, Cooperativa el Cóndor, la compañía Virgen de Chuquipogyo y la compañía de taxis César Naveda. Sin embargo, en las comunidades un número significativo de la población cuenta con carros particulares pequeños para su movilización. Estos servicios de transporte llegan principalmente solo a 7 comunidades las cuales son: Tuntatacto, Santa Rosa de Chuquipogyo, Tualag, Balsayan, La Silveria, Santa Lucia y la cabecera parroquial, los horarios fijos de los transportes varían desde las 6:00am hasta 18:30pm.

Comunicación: Los servicios de comunicación existente en las comunidades de la parroquia San Andrés según el INEC 2010 ubicado en el PDOT-2019 de la parroquia son los siguientes:

Tabla 4-12: Servicios de comunicación en las familias de la parroquia de San Andrés.

| Servicios de comunicación | Porcentaje | Números de Familias | Territorio |
|---------------------------|------------|---------------------|--|
| Telefonía fija | 10% | 594 | Comunidades: La Esperanza, El Rosal, Calshi, Santa Lucia, Tualac, El Progreso, Paquibuc, San Pablo, Balsayan, Batsacon, Uchanchi, Sigsipamba, Uuntatacto, Tactaco, Llio y barrios de la Cabecera Parroquial. |
| Telefonía celular | 46% | 1687 | Distribuidas en las comunidades y cabecera parroquial. |

Fuente: PDOT, 2019.

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Se puede evidenciar en la tabla 4-12 que el servicio de comunicación mayormente utilizado por las familias de la parroquia de San Andrés es la telefonía móvil pues tiene un 46% a comparación de la telefonía fija con un 10%.

4.1.1.4 Superestructura turística

Para el diseño de las rutas turísticas inteligentes en la parroquia de San Andrés, es importante conocer las entidades involucradas en la actividad turística de San Andrés que se encargan de las implicaciones de dichas actividades tanto del cantón como a nivel nacional, siendo corroborada mediante una charla con los representantes de la junta parroquial:

Tabla 4-13: Instituciones que influyen en el sector turístico de la parroquia de San Andrés

| N° | Institución | Potencialidades | Limitaciones | Apoyo | Implicaciones |
|----|---|---|---|--|---|
| 1 | Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo | - Interés por incrementar el turismo en la provincia - Recursos humanos con conocimientos de gestión turística | - Inexistencia de un modelo de gestión de turismo - Limitados técnicos en turismo para elaborar planes de desarrollo turístico | - Otorgar capacitaciones a los prestadores de servicios turísticos - Fomentar el turismo comunitario | - Mejorar planificación, llegar a acuerdos con la parroquia - Elaborar y difundir material informativo turístico |
| 2 | Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guano | - Recursos humanos | - Insuficiente recursos destinados a la actividad turística | - Actualización anual del catastro de prestadores de servicio turístico - Elaboración y actualización anual de atractivos turísticos del cantón | - Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística - Mejorar la calidad de la oferta mediante capacitación en manuales de servicios |
| 3 | Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial de San Andrés | - Recursos técnicos, humanos y económicos | - Insuficientes recursos destinados a la actividad turística | - Apoyo de proyectos - impulsar emprendimientos comunitarios | - Gestionar acuerdos y soluciones capaces de resolver problemas y necesidades de la población local |
| 4 | Ministerio de Turismo | - Recursos técnicos, humanos y económicos - Promover y fomentar todo tipo de turismo | - Desacuerdo con otros actores | - Otorgar el registro a establecimientos turísticos - Mejorar el turismo | - Acuerdos con los involucrados en el turismo - incentivar el turismo en el país |
| 5 | MAATE | - Personal especializado en investigación y protección de la biodiversidad - Políticas y regularizaciones | - Recursos económicos restringidos para estudios | - Elaboración de Plan de manejo de visitas | Programas de control de actividades en áreas de naturales |
| 6 | Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | - Personal especializado - Permisos y autorizaciones | - Presencia de la institución limitada | - Manejo de sitios de visita | - Establecer fechas para control y manejo del sitio de visita |
| 7 | Ministerio de Cultura y Patrimonio | - Personal experto en la conservación y salvaguardia del patrimonio | - Recursos económicos restringidos | - Desarrolla y promueve la investigación en los distintos | - Difusión de la información del patrimonio |

| | | | | | |
|---|-------------------|--|-----------------------------------|---|--------------------------------------|
| | | cultural material e inmaterial - Recursos técnicos para levantamiento de información | | ámbitos del patrimonio cultural | cultural material e inmaterial. |
| 8 | Empresa eléctrica | - Servicio de electricidad | - Falta de técnicos electricistas | - Generar bienestar a los consumidores - Contribuir al desarrollo del país | - Contratar electricistas eficientes |

Fuente: PDOT, 2019.

Realizado por: Barrigas, T., 2023

San Andrés cuenta con ocho entidades públicas y privadas para el funcionamiento de sector turístico que dotan de sus potencialidades, apoyo, implicaciones y limitaciones para el desempeño de una gestión turística adecuada.

4.1.2 Validación de la demanda turística para la parroquia de San Andrés

4.1.2.1 Demanda turística

Para la validación de la demanda turística se realizó una matriz resumen del estudio desarrollado por Lucio, T. 2019, que se presenta a continuación.

Tabla 4-14: Matriz resumen de la demanda turística.

| N | Preguntas | Respuesta |
|---|---|--|
| 1 | Género de los encuestados: | Femenino; 17, masculino; 87. |
| 2 | Edad de los encuestados: | 26-35 años; 55, 18-25 años; 31. |
| 3 | Lugar de procedencia: | Ecuador; 46, Norteamérica; 30, Latinoamérica; 16, Europa; 9. |
| 4 | Tipo de turismo: | Comunitario; 77, aventura; 15, gastronómico; 8. |
| 5 | Factores que mejoran la experiencia: | Hospedaje; 43, alimentación; 39, guías; 12. |
| 6 | Frecuencia en la que realizan turismo al año: | Solo feriados; 51, otros; 17, mensualmente; 15, cada 15 días; 10. |
| 7 | Presupuesto diario: | 21,00\$ - 40,00\$; 63, 41,00\$ -60,00\$; 20, menos de 20,00\$; 15. |

| | | |
|-----------|---|--|
| 8 | Motivos de viaje: | Vacaciones/turismo; 52, visita familiar/ amigos; 42. |
| 9 | Conocen la parroquia San Andrés los turistas: | Si; 84, no; 20. |
| 10 | A los turistas les gustaría conocer San Andrés; | Sí; 96, no; 8. |
| 11 | Les interesa el turismo comunitario a los turistas: | Si; 96, no; 8 |

Fuente: Lucio, T. (2019)

Realizado por: Barrigas, T., 2023

La información sintetizada muestra los intereses de los turistas, siendo una mínima cantidad de 104 encuestados con preguntas ambiguas, en cuanto a la parroquia de San Andrés, a la mayoría les interesa conocer la parroquia y realizar turismo comunitario en la misma, sin embargo, la mayoría de los encuestados son provenientes de Ecuador y no se realiza una encuesta específicamente para turistas internacionales.

4.1.2.2 Actualización de la demanda nacional de la parroquia de San Andrés

A continuación, se muestra la información sintetizada de las encuestas realizadas a los turistas que se encontraban en la entrada del Refugio Carrel y en su retorno.

Preguntas realizadas a los turistas nacionales:

1. Genero

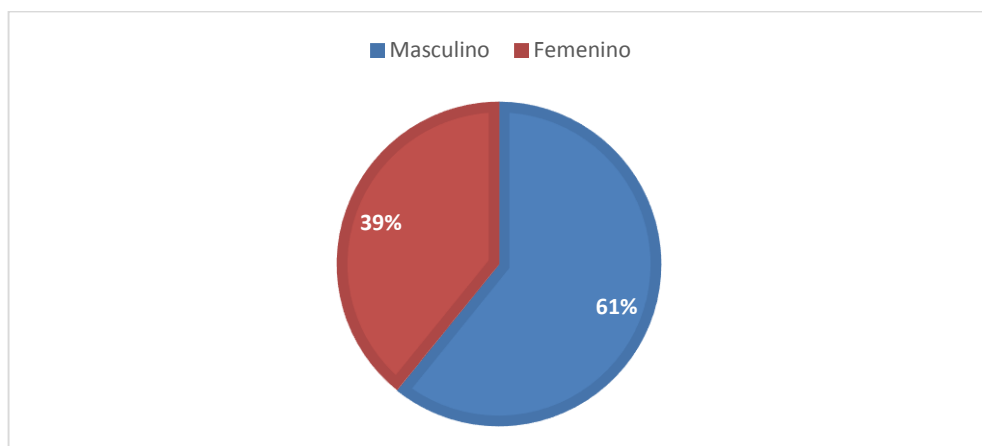


Ilustración 4-2: Género de los turistas

Realizado por: Barrigas, T., 2023

El 61% de los turistas encuestados pertenecen al género masculino, mientras que el 39% corresponden al género femenino, este dato orienta a que las actividades que se planifiquen en los productos turísticos de la parroquia contemplen en su mayoría preferencias del género masculino.

2. Edad

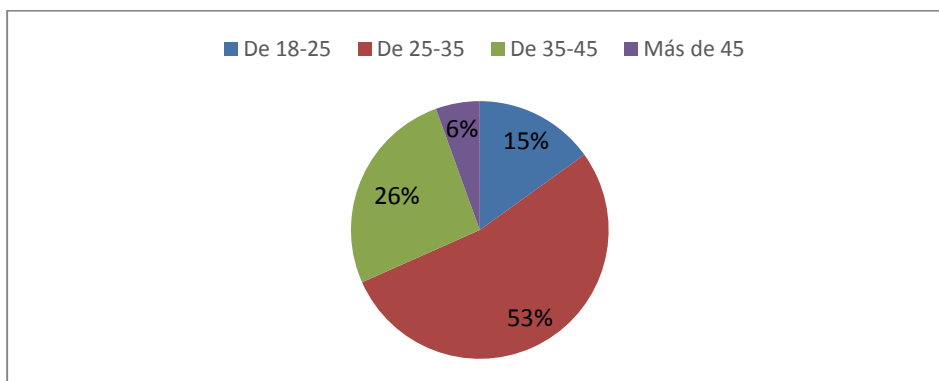


Ilustración 4-3: Edad de los turistas

Realizado por: Barrigas, T., 2023

El 15% de los turistas encuestados tienen edades entre los 18 a 25 años, seguido por el 53% entre los 25 a 35 años, con el 26% edades entre los 35 a 45 años, los mayores a los 45 años representan el 6%. Este indicador ayuda a definir que la ruta turística se diseñe para jóvenes adultos con edades entre los 25 a los 35 años que puedan realizar actividades de intensidad moderada.

3. Procedencia

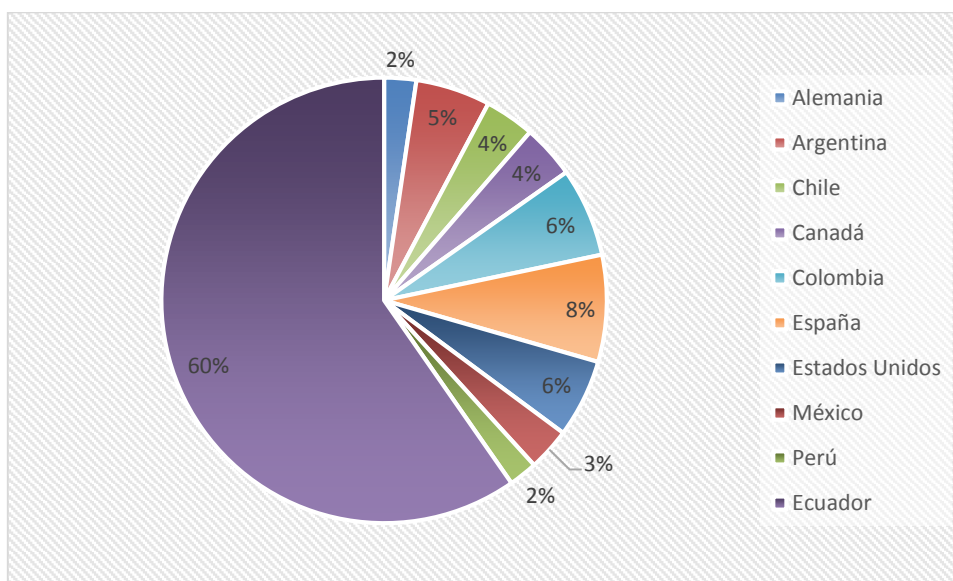


Ilustración 4-4: Procedencia de los turistas

Realizado por: Barrigas, T., 2023

El 60% de los turistas son de procedencia ecuatoriana, mientras que un 2% provienen de Alemania, un 5% de Argentina, un 4% de Chile y Canadá, el 6% son de Colombia y Estados Unidos, un 8% son de España, un 3% de México y finalmente un 2% de Perú.

4. Organización

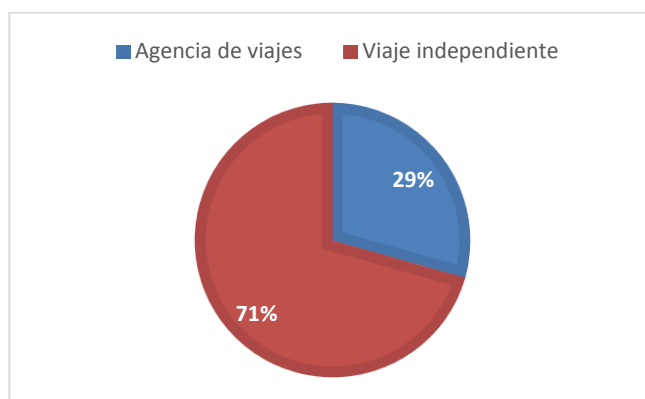


Ilustración 4-5: Organización de viajes turísticos

Realizado por: Barrigas, T., 2023

El 71% de los encuestados realizan la planificación de sus viajes turísticos de forma independiente, por el contrario, el 29% del resto de encuestados toman en cuenta agencias de viajes para poder planificar sus viajes.

5. Medio de comunicación

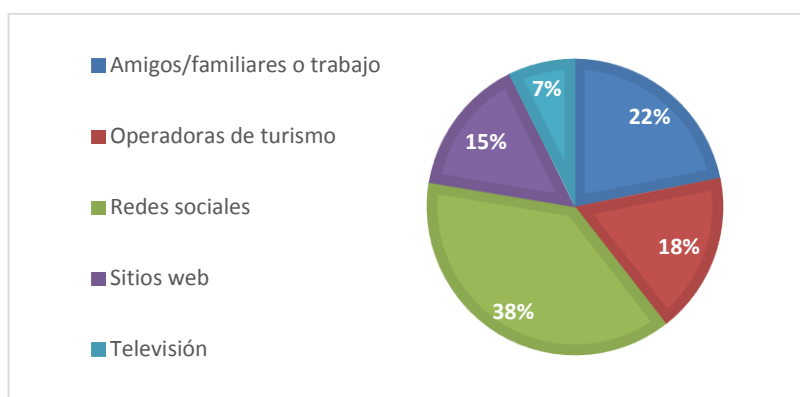


Ilustración 4-6: Medios de comunicación para realizar actividades turísticas.

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Los resultados muestran que los turistas se informan a través de distintos medios de comunicación para realizar actividades turísticas como por ejemplo, a través de: amigos/familiares o trabajo en

un 22%, así mismo el 18% de los encuestados conocen actividades turísticas mediante los operadores de turismo, en cuanto a las redes sociales tienen un 38% de su preferencia, los sitios web cuentan con 15% de la atención de los turistas y finalmente un 7% en cuanto a la televisión como medio de comunicación informativo de las actividades que se pueden realizar en sitios turísticos. Esta variable muestra que las plataformas digitales son un importante medio por el cual se puede hacer difusión de los atractivos turísticos de interés hacia la demanda.

6. Frecuencia de viaje

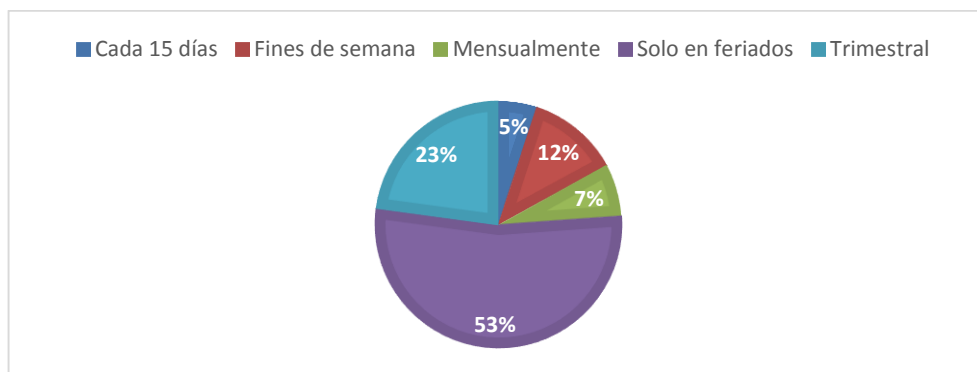


Ilustración 4-7: Frecuencia de turismo al año por los turistas

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Los turistas realizan turismo al año con una frecuencia de viaje de: un 5% de ellos realizan turismo cada 15 días, un 12% escogieron los fines de semana, un 7% mensualmente, un 53% escogieron solo feriados y finalmente un 23% trimestralmente, siendo de esta forma el mayor porcentaje de los turistas que utilizan su tiempo libre en feriados para poder realizar turismo.

7. Presupuesto

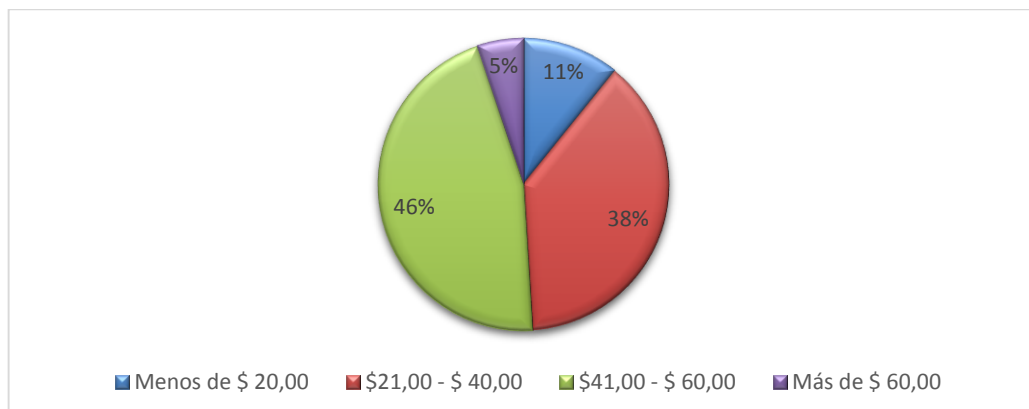


Ilustración 4-8: Presupuesto por día en viajes turísticos

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Un dato importante es conocer el presupuesto de los turistas diariamente por lo que los resultados son: el 11% gasta diariamente en promedio menos de 20,00\$, el 38% gasta en promedio de entre 21,00\$ a 40,00\$, el 46% de los encuestados escogió la opción de entre 41,00\$ a 60,00\$, mientras que el 5% gasta de 60,00\$ en adelante. Esta pregunta se agregó con el fin de conocer un precio promedio para los servicios que se pueden ofrecer en los paquetes turísticos ofreciendo un servicio de calidad.

8. Motivos de viaje

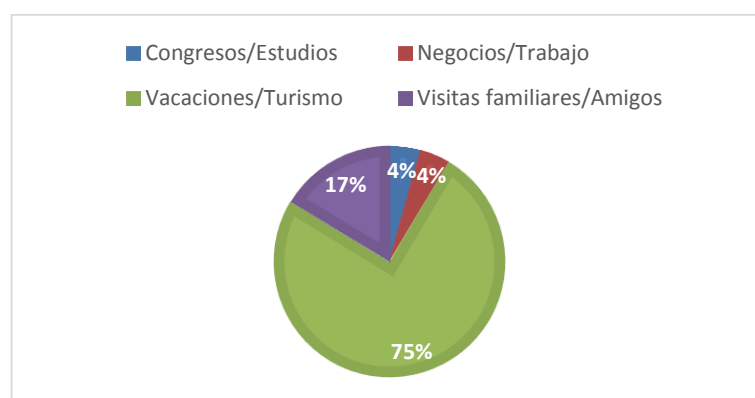


Ilustración 4-9: Motivos de viaje de los turistas.

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Los motivos por los cuales los turistas realizan turismo son: un 4% realiza turismo cuando tiene congresos o estudios fuera de la ciudad de residencia, otro 4% lo hace en el tiempo libre cuando viaja por trabajo, en cuanto al 75% realiza turismo en vacaciones y el 17% por visitas familiares o amigos. Siendo así, que la mayor parte de los turistas aprovechan sus vacaciones para poder realizar actividades turísticas.

9. Promedio de viaje

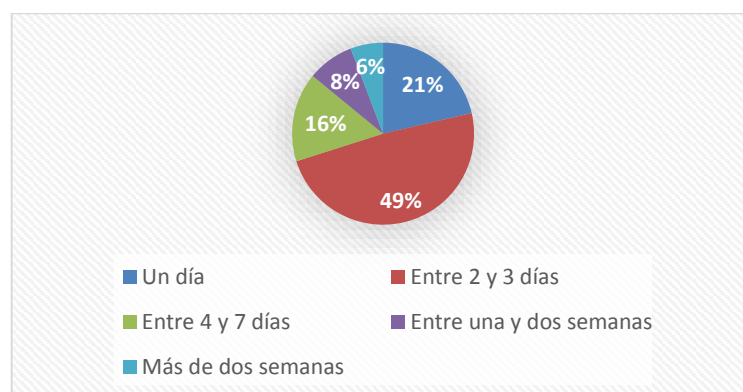


Ilustración 4-10: Promedio de viaje

Realizado por: Barrigas, T., 2023

En cuanto a lo que corresponde al promedio de duración de los viajes de los turistas se muestra que un 21% se queda un día en su destino y continúa al siguiente, mientras que por el contrario un 49% se queda entre 2 a 3 días, un 16% de los encuestados señala que los días de viaje duran entre 4 a 7 días, una mínima cantidad del 8% muestra que sus viajes duran entre una y dos semanas, finalmente un 6% viaja más de dos semanas. Esto ayuda a la creación de paquetes turísticos para el tiempo estimado de acuerdo con la necesidad y disponibilidad de los turistas.

10. Acompañamiento de viaje

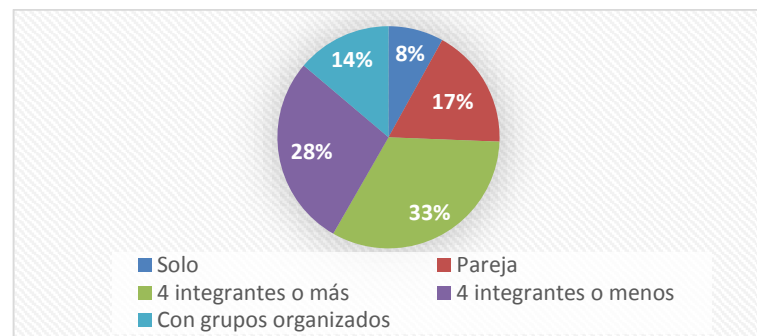


Ilustración 4-11: Acompañamiento de viaje de los turistas

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Un 8% viajan solos, por otra parte, el 17% viajan en pareja, el 33% viajan 4 integrantes o más lo cual pueden corresponder a grupos de amigos, en cuanto al 28% son 4 integrantes o menos que pueden corresponder a familias y finalmente el 14% corresponde a grupos organizados. Esta información sirve para las actividades a realizar en la ruta turística y para la satisfacción de la demanda.

11. Herramientas tecnológicas

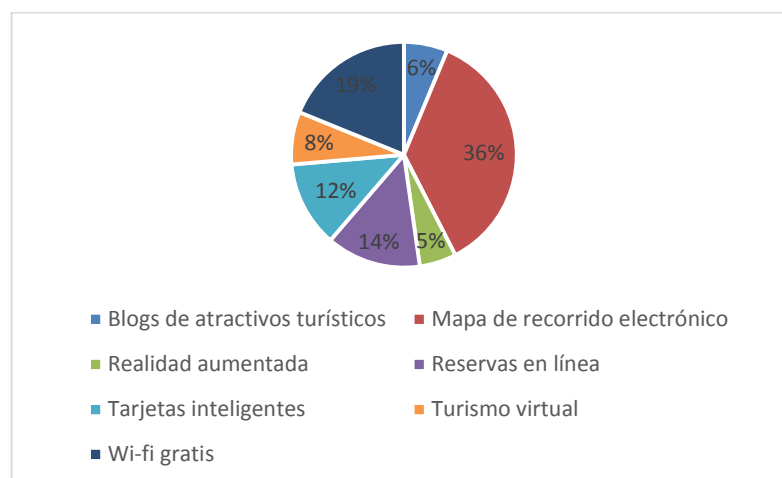


Ilustración 4-12: Herramientas tecnológicas para viajes turísticos

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Las herramientas tecnológicas que a los turistas les gustaría utilizar al realizar viajes turísticos son las siguientes: Un 6% prefieren blogs de atractivos turísticos, una gran mayoría del 36% prefieren mapas de recorrido electrónico, el 5% prefiere realidad aumentada para poder escoger de mejor manera los atractivos que gustaría visitar, un 14% escogieron las reservas en línea, por otra parte el 12% escogieron tarjetas inteligentes en referencia a hospedajes inteligentes, el 8% prefieren un turismo virtual relacionándose con atractivos de dificultad avanzada de los cuales no puedan realizar de manera física los turistas, por último el 19% de los encuestados prefieren que exista un acceso gratis de wi-fi en los atractivos que visiten.

12. Códigos QR

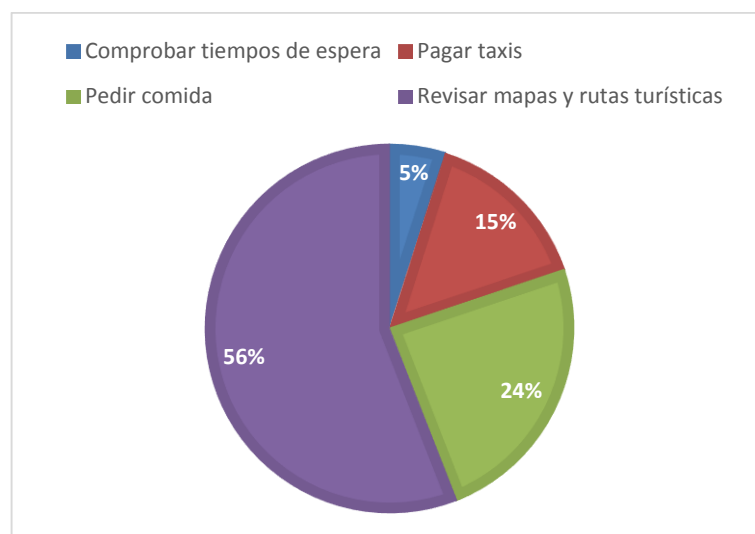


Ilustración 4-13: Utilización de códigos QR

Realizado por: Barrigas, T., 2023

En cuanto a las actividades por las que se utilizarían códigos QR por preferencias de los turistas están las siguientes actividades: Un 5% en cuanto a comprobar tiempos de espera, un 15% para pagar taxis, un 24% para pedir comida y finalmente con un 56% para revisar mapas y rutas turísticas, siendo así que este elemento es relevante para facilitar la comodidad de los turistas.

13. Aplicaciones

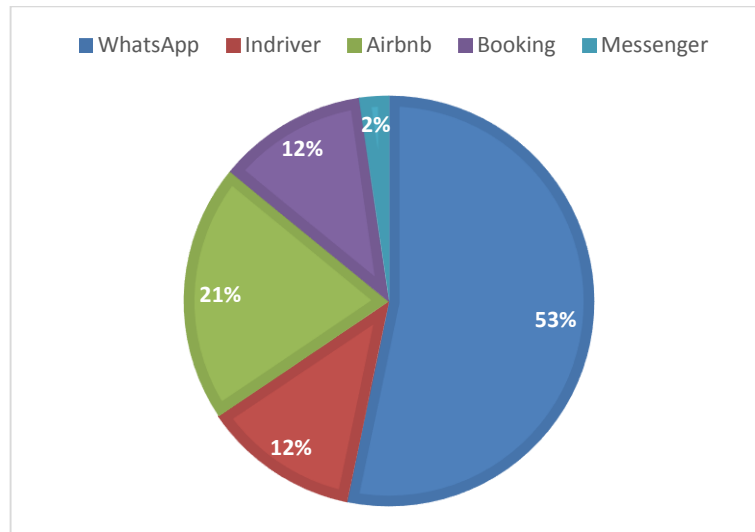


Ilustración 4-14: Aplicaciones para realizar reservas o pedidos.

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Los resultados de las aplicaciones que los turistas utilizarían para realizar reservas o pedidos son: Un 53% prefieren la aplicación de WhatsApp por su facilidad y rapidez, el 12% utiliza Indriver por su comodidad, el 21% hace sus reservas mediante Airbnb, el 12% mediante Booking y tan solo un 2% utiliza Messenger para sus pedidos o reservas.

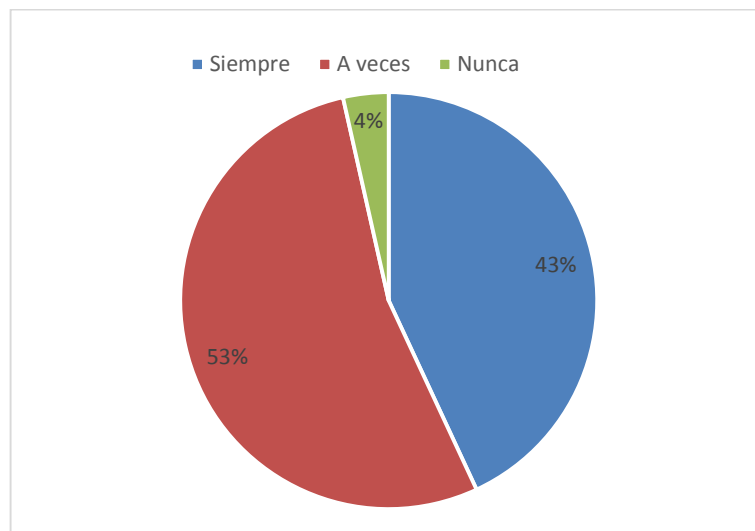


Ilustración 4-15: Frecuencia de uso de las aplicaciones

Realizado por: Barrigas, T., 2023

En base a los resultados anteriores se plantea con cuanta frecuencia utilizan los turistas dichas aplicaciones siendo que un 43% de los encuestados mencionan que siempre usan las aplicaciones en sus viajes, un 53% dicen que a veces las utilizan y un 4% nunca lo hacen.

14. Métodos de pagos

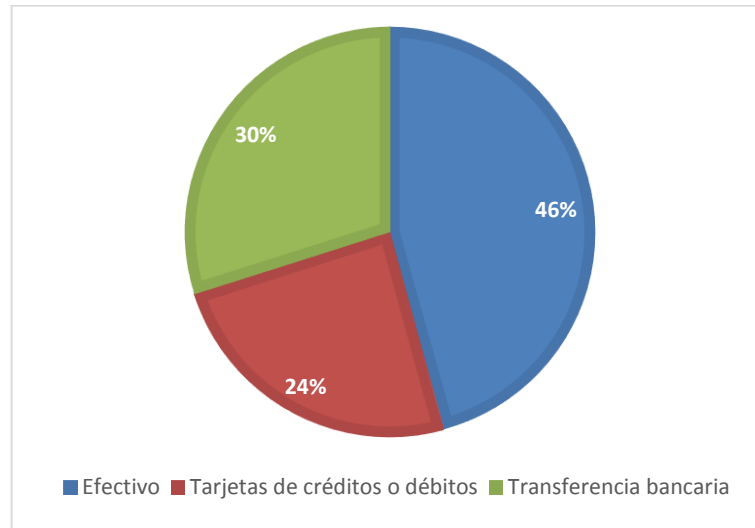


Ilustración 4-16: Métodos de pago utilizados por los turistas.

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Los métodos de pagos utilizados para consumir productos o servicios por los turistas es un 46% en efectivo, 24% utiliza tarjetas de créditos o débitos y un 30% paga con transferencia bancaria.

15. Mapas digitales

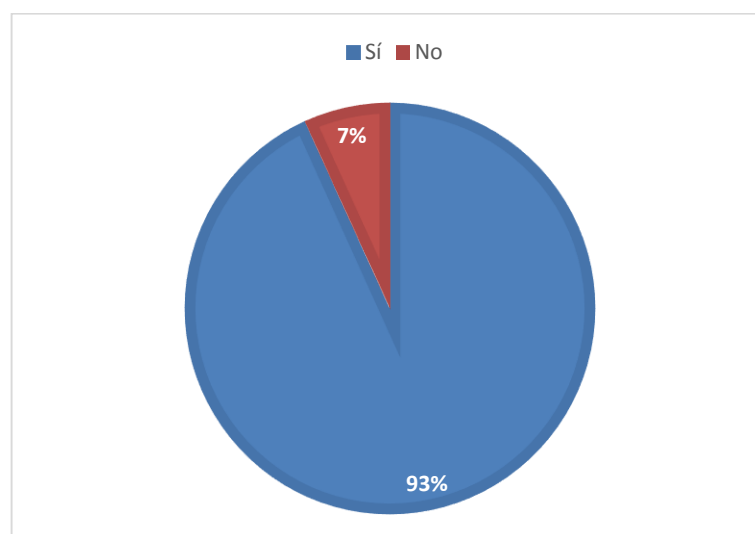


Ilustración 4-17: Disponibilidad de mapas digitales

Realizado por: Barrigas, T., 2023

De acuerdo con la información de los turistas el 93% coinciden con que es necesaria la disponibilidad de mapas digitales para realizar visitas a los sitios turísticos, en cuanto a un 7% no cree necesario la disponibilidad de mapas digitales para realizar actividades turísticas en los atractivos turísticos.

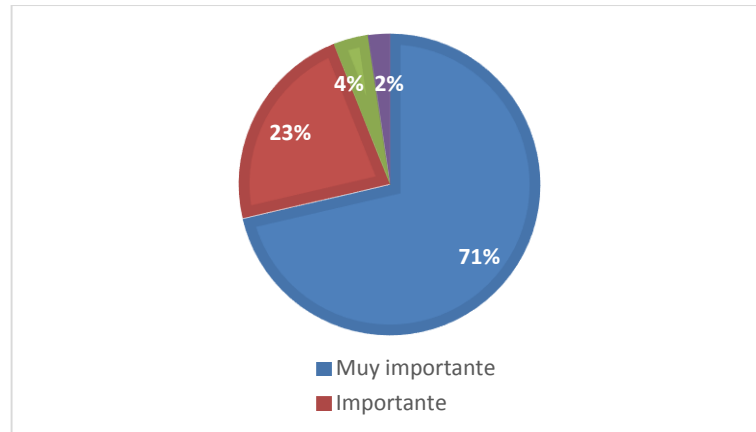


Ilustración 4-18: Importancia de la disponibilidad de mapas digitales

Realizado por: Barrigas, T., 2023

En cuanto a la importancia de la disponibilidad de mapas digitales según los resultados de los turistas encuestados son que en su mayoría un 71% encuentra muy importante este elemento, así mismo un 23% concuerda que es importante, un 4% poco importante y por último un 2% nada importante. Esta información es de relevancia para el diseño de rutas turísticas inteligentes.

16. Tipo de turismo

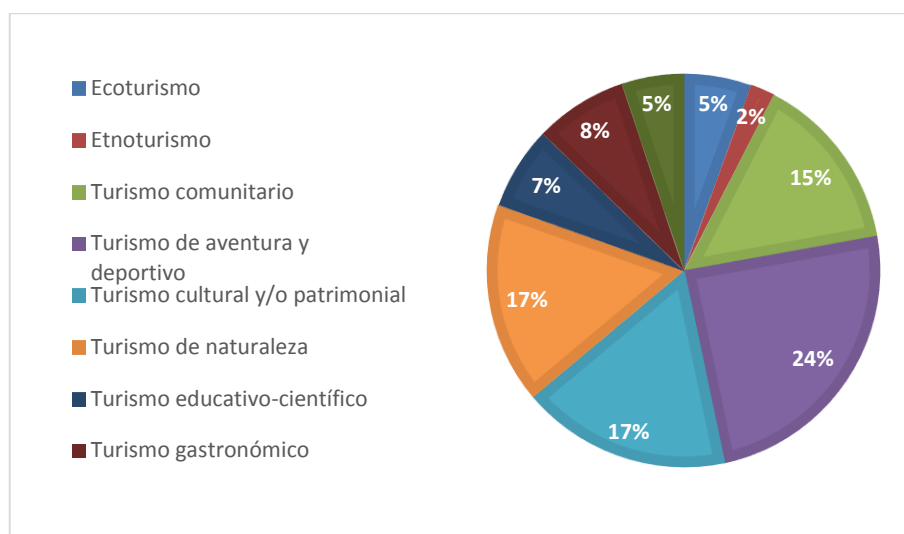


Ilustración 4-19: Preferencia de tipos de turismo

Realizado por: Barrigas, T., 2023

El 15% de los turistas prefieren realizar turismo comunitario, el 24% un turismo de aventura y deportivo, el 17% prefieren realizar turismo cultural y/o patrimonial, así como también de naturaleza, lo que corresponde a los demás porcentajes menores se inclinan más por los tipos de turismo planteados en la encuesta. Esta información es importante para poder definir el tipo de ruta turística que se debe implementar con el fin de satisfacer las necesidades de los turistas.

17. Factores

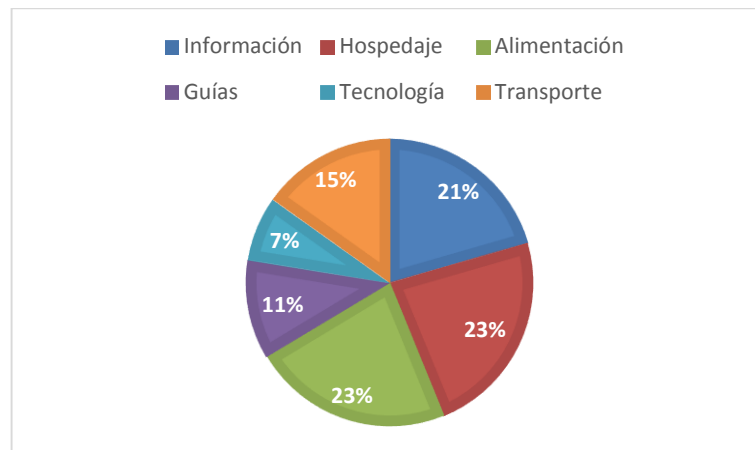


Ilustración 4-20: Factores que elevan la experiencia de turismo

Realizado por: Barrigas, T., 2023

El 21% señala que la información es elemento necesario para mejorar su experiencia de turismo, el 23% menciona al hospedaje y de la misma forma la alimentación, en cuanto al 11% se representa a los guías, el 7% se considera la tecnología y por último un 15% referente al transporte. Con esta información se puede facilitar los servicios turísticos de hospedaje, alimentación, información y transporte de acuerdo con las necesidades de los turistas.

18. Actividades turísticas

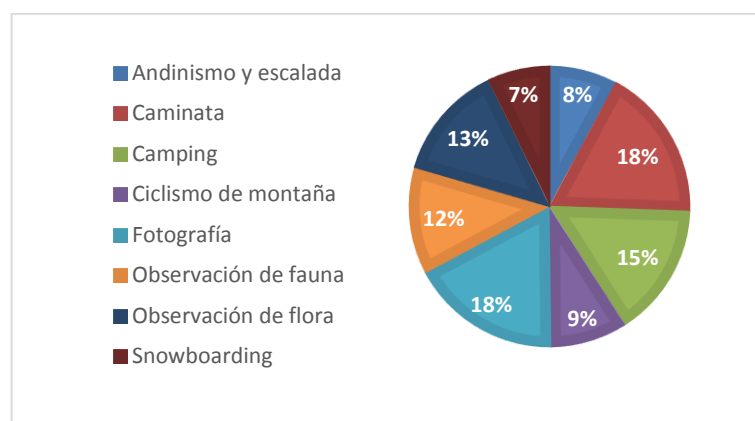


Ilustración 4-21: Actividades turísticas para los turistas

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Se puede entender que las actividades preferidas para realizar por los turistas nacionales es un 18% caminata, así mismo el 18% realizarían fotografía, el 15% prefieren camping y entre un 12% y 13% respectivamente realizarían observación de fauna y flora, las actividades restantes son andinismo y escalada con un 8%, ciclismo de montaña con un 9%, y un 7% de snowboarding.

19. Conocimiento de la parroquia

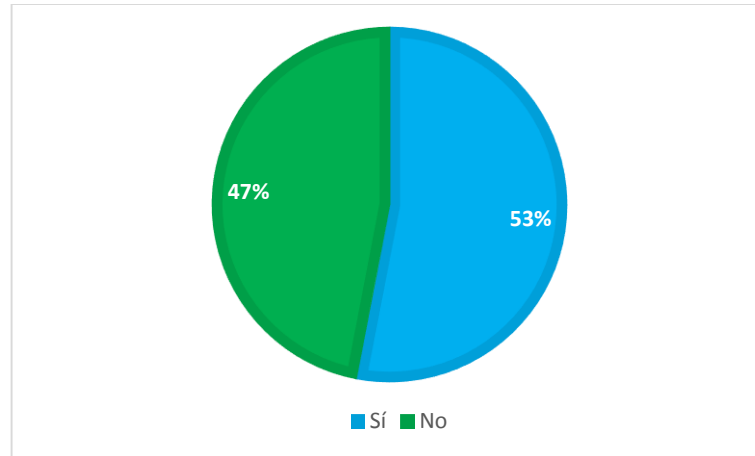


Ilustración 4-22: Conocimiento de la existencia de la parroquia San Andrés

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Se cuestionó a los turistas si conocían la parroquia de San Andrés del cantón Guano y el 53% respondió afirmativamente, mientras que el 47% negó conocer la zona.

20. Conocimiento de atractivos

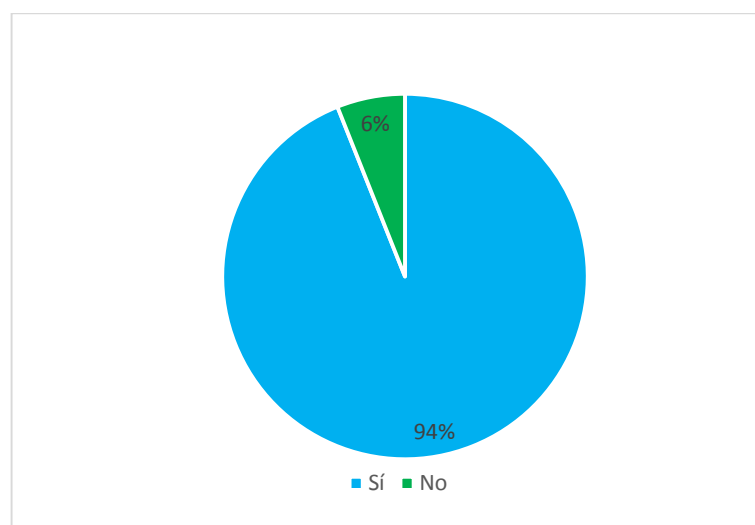


Ilustración 4-23: Conocimiento de los atractivos turísticos de San Andrés a los turistas

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Se cuestionó a los turistas si les gustaría conocer los atractivos turísticos de la parroquia de San Andrés del cantón Guano, siendo que el 94% respondió afirmativamente, mientras que el 6% negó querer conocer los atractivos.

21. Demanda potencial de turismo inteligente

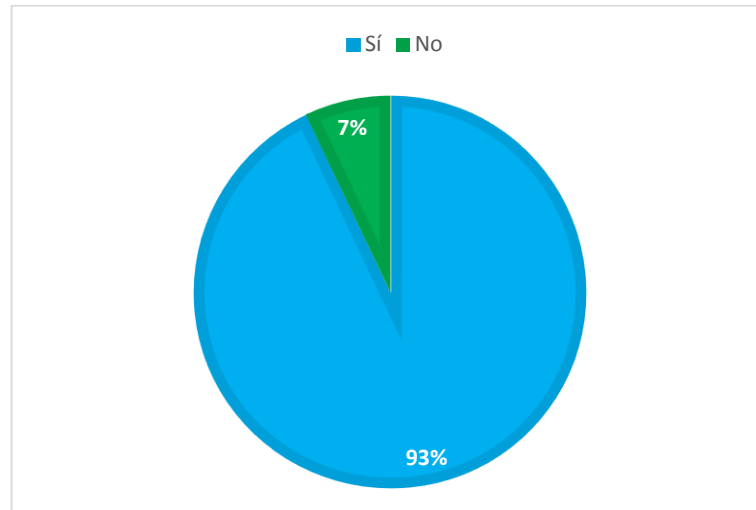


Ilustración 4-24: Participación de un turismo inteligente en San Andrés

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Se cuestionó a los turistas si les interesa participar de un turismo inteligente en la parroquia de San Andrés del cantón Guano, siendo que el 93% respondió afirmativamente, mientras que el 7% negó querer participar.

4.1.2.3 Actualización de la demanda internacional de la parroquia de San Andrés

A continuación, se muestra la información sintetizada de las encuestas realizadas a los turistas extranjeros que se encontraban en la entrada del Refugio Carrel en su retorno.

Preguntas realizadas a los turistas extranjeros:

1. Genero

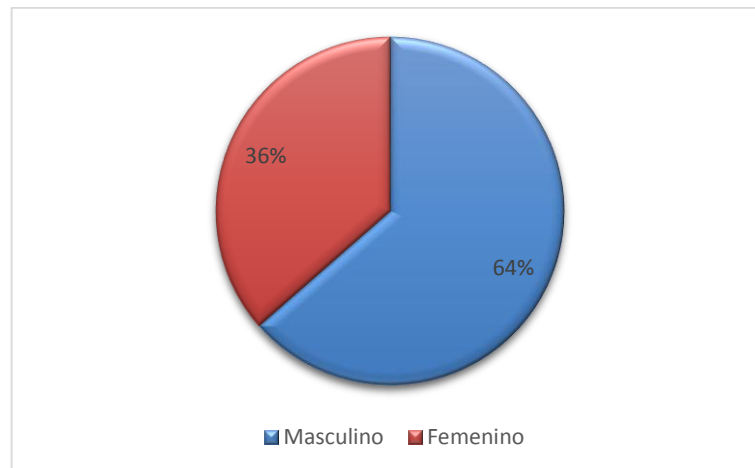


Ilustración 4-25: Género de los turistas

Realizado por: Barrigas, T., 2023

El 64% de los turistas encuestados pertenecen al género masculino, mientras que el 36% corresponden al género femenino, este dato orienta a que las actividades que se planifiquen en los productos turísticos de la parroquia contemplen en su mayoría preferencias del género masculino.

2. Edad

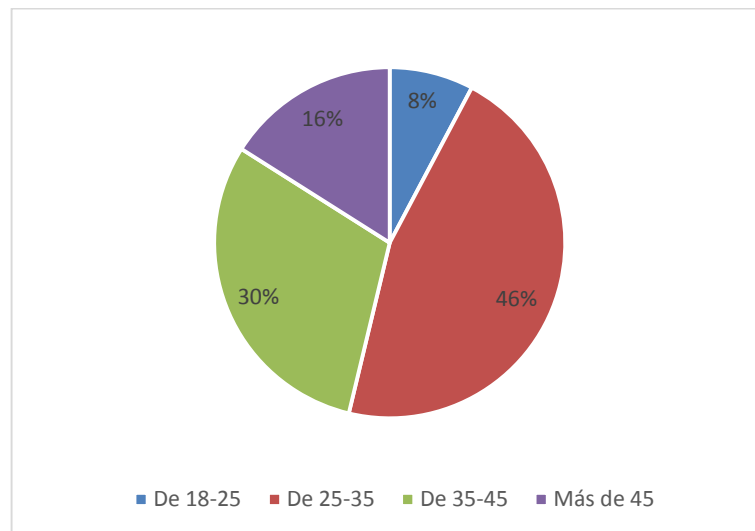


Ilustración 4-26: Edad de los turistas

Realizado por: Barrigas, T., 2023

El 8% de los encuestados edades entre los 18 a 25 años, seguido por el 46% entre los 25 a 35 años, con el 30% edades entre los 35 a 45 años, los mayores a los 45 años representan el 16,00%. Este indicador ayuda a definir que la ruta turística se diseñe para jóvenes adultos con edades entre los 25 a los 35 años que puedan realizar actividades de intensidad moderada.

3. Procedencia

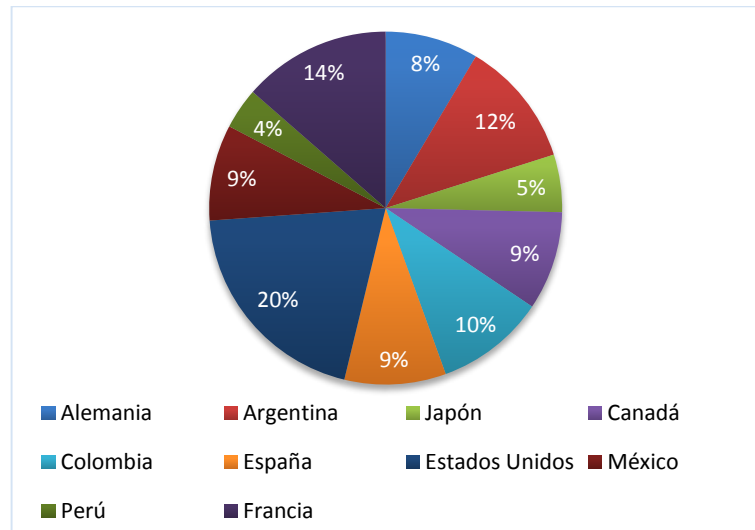


Ilustración 4-27: Procedencia de los turistas

Realizado por: Barrigas, T., 2023

El 20% de los turistas son de procedencia estadounidense, mientras que un 14% provienen de Francia, un 12% provienen de Argentina, un 9% de Canadá, España y México, un 8% de Alemania y el resto de los porcentajes mínimos provienen de otros países colocados en la encuesta. Con estos resultados la oferta turística estaría enfocada a turistas estadounidenses y franceses, sin dejar de tomar en cuenta a los de los demás países.

4. Organización

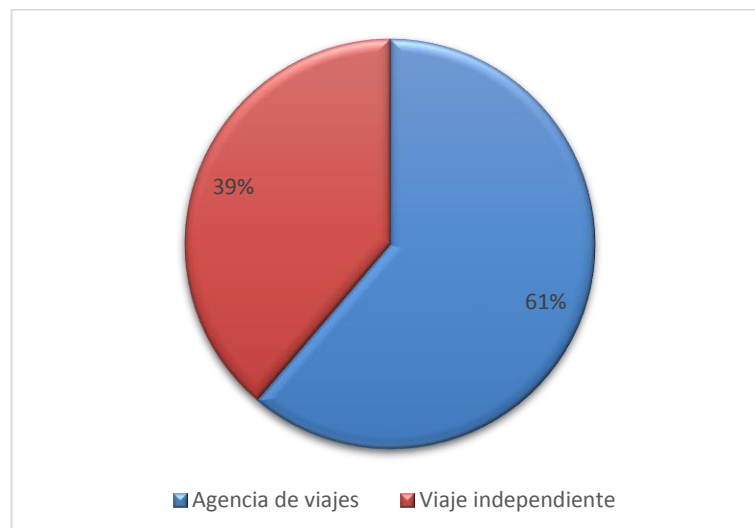


Ilustración 4-28: Organización de viajes turísticos

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Los resultados indican el 39% de los encuestados realizan la planificación de sus viajes turísticos de forma independiente, por el contrario, el 61% del resto de encuestados toman en cuenta las agencias de viajes para poder planificar sus viajes.

5. Medios de comunicación

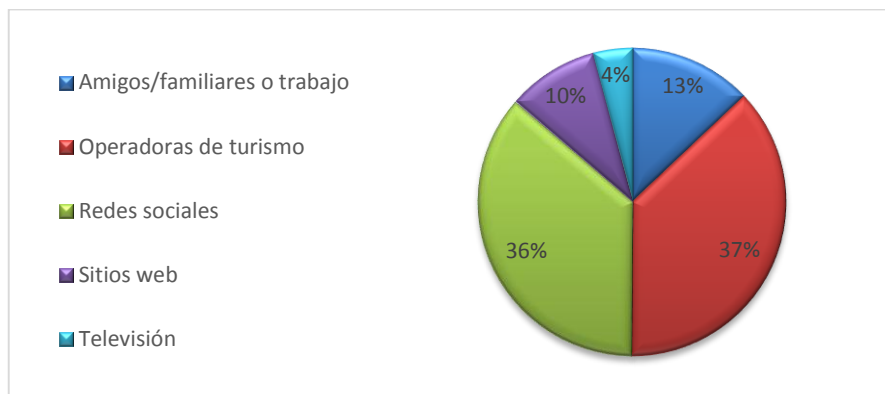


Ilustración 4-29: Medios de comunicación para realizar actividades turísticas.

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Los resultados muestran que los turistas se informan a través de distintos medios de comunicación para realizar actividades turísticas como por ejemplo, a través de: amigos/familiares o trabajo en un 13%, el 37% de los encuestados conocen actividades turísticas mediante las operadoras de turismo, en cuanto a las redes sociales tienen un 36% de su preferencia, los sitios web cuentan con 10% de la atención de los turistas y finalmente un 4% en cuanto a la televisión como medio de comunicación informativo de las actividades que se pueden realizar en sitios turísticos. Esta variable muestra que las plataformas digitales y las operadoras de turismo son un importante medio por el cual se puede hacer difusión de los atractivos turísticos de interés hacia la demanda.

6. Frecuencia de viaje

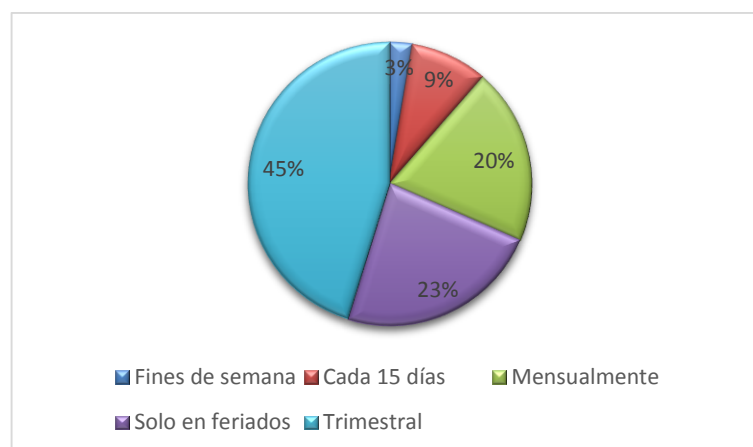


Ilustración 4-30: Frecuencia de turismo al año por los turistas

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Los turistas realizan turismo al año con una frecuencia de viaje de: un 3% de ellos realizan turismo fines de semana, un 9% escogieron cada 15 días, un 20% mensualmente, un 23% escogieron solo feriados y finalmente un 45% trimestralmente, siendo este el mayor porcentaje de los turistas que utilizan su tiempo libre para poder realizar turismo.

7. Presupuesto

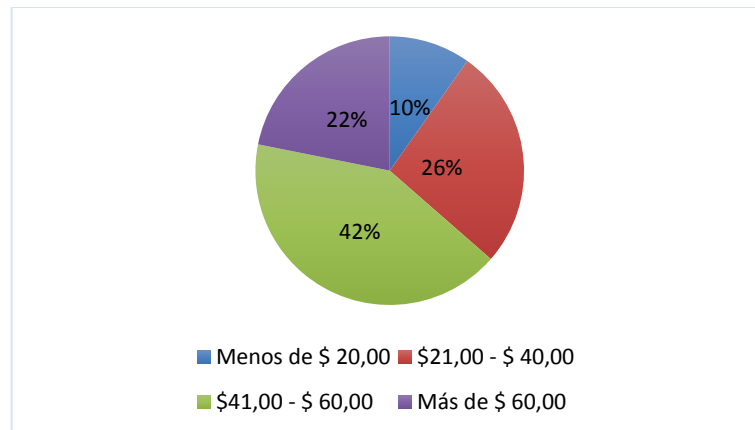


Ilustración 4-31: Presupuesto por día en viajes turísticos

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Un dato importante es conocer el presupuesto de los turistas diariamente por lo que los resultados son: el 10% gasta diariamente en promedio menos de 20,00\$, el 26% gasta en promedio de entre 21,00\$ a 40,00\$, el 42% de los encuestados escogió la opción de entre 41,00\$ a 60,00\$, mientras que el 22% gasta de 60,00\$ en adelante. Esta pregunta se agregó con el fin de conocer un precio promedio para los servicios que se pueden ofrecer en los paquetes turísticos ofreciendo un servicio de calidad.

8. Motivos de viaje

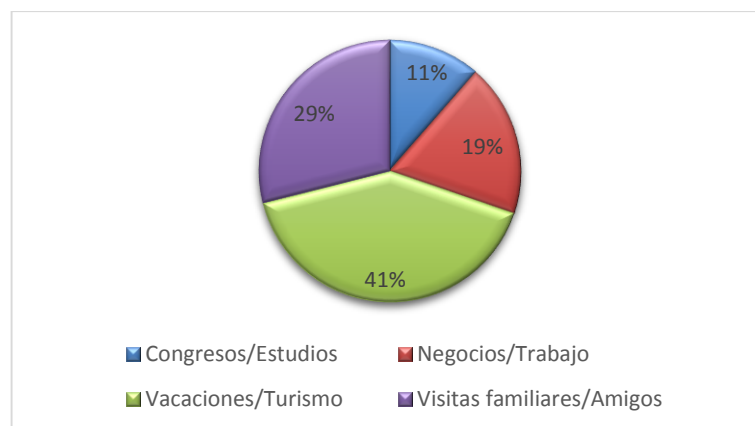


Ilustración 4-32: Motivos de viaje de los turistas.

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Los motivos por los cuales los turistas realizan turismo son: un 11% realiza turismo cuando tiene congresos o estudios fuera de su país de residencia, otro 19% lo hace en el tiempo libre cuando viaja por trabajo, en cuanto al 41% realiza turismo en vacaciones y el 29% por visitas familiares o amigos. Siendo así, que la mayor parte de los turistas aprovechan sus vacaciones para poder realizar actividades turísticas.

9. Promedio de viaje

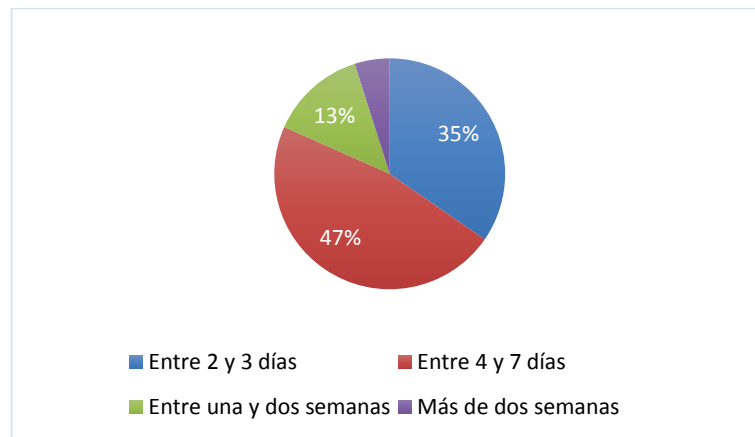


Ilustración 4-33: Promedio de viaje

Realizado por: Barrigas, T., 2023

En cuanto a lo que corresponde al promedio de duración de los viajes de los turistas se muestra que un 35% se queda de entre dos a tres días en su destino y continúa al siguiente, mientras que por el contrario un 47% se quedan entre 4 a 7 días, una cantidad del 13% muestra que sus viajes duran entre una y dos semanas, finalmente un 5% viaja más de dos semanas. Esto ayuda a la creación de paquetes turísticos para el tiempo estimado de acuerdo con la necesidad y disponibilidad de los turistas.

10. Acompañamiento de viaje

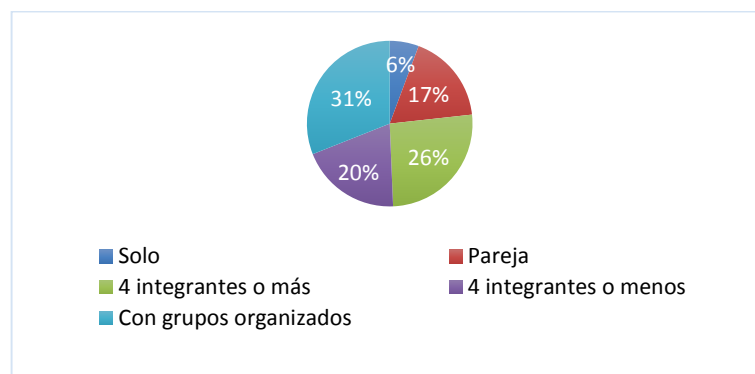


Ilustración 4-34: Acompañamiento de viaje de los turistas

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Los resultados muestran que los encuestados en promedio viajan solos en un 6%, por otra parte, el 17% viajan en pareja, el 26% viajan 4 integrantes o más lo cual pueden corresponder a grupos de amigos, en cuanto al 20% son 4 integrantes o menos que pueden corresponder a familias y finalmente el 31% corresponde a grupos organizados. Esta información sirve para las actividades a realizar en la ruta turística y para la satisfacción de la demanda.

11. Herramientas tecnológicas

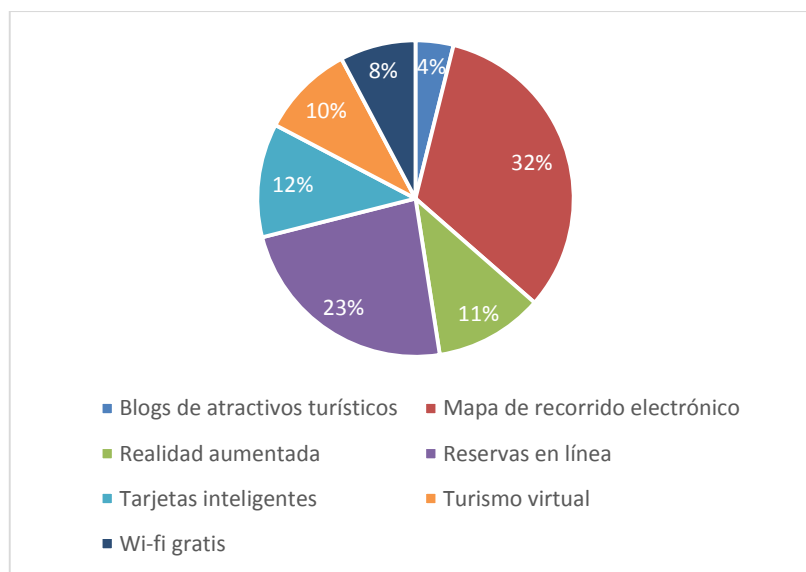


Ilustración 4-35: Herramientas tecnológicas para viajes turísticos

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Las herramientas tecnológicas que a los turistas les gustaría utilizar al realizar viajes turísticos son las siguientes: Un 4% prefieren blogs de atractivos turísticos, una gran mayoría del 32% prefieren mapas de recorrido electrónico, el 11% prefiere realidad aumentada para poder escoger de mejor manera los atractivos que gustaría visitar, un 23% escogieron las reservas en línea, por otra parte el 12% escogieron tarjetas inteligentes en referencia a hospedajes inteligentes, el 10% prefieren un turismo virtual relacionándose con atractivos de dificultad avanzada de los cuales no puedan realizar de manera física los turistas, por último el 8% de los encuestados prefieren que exista un acceso gratis de wi-fi en los atractivos que visiten.

12. Códigos QR

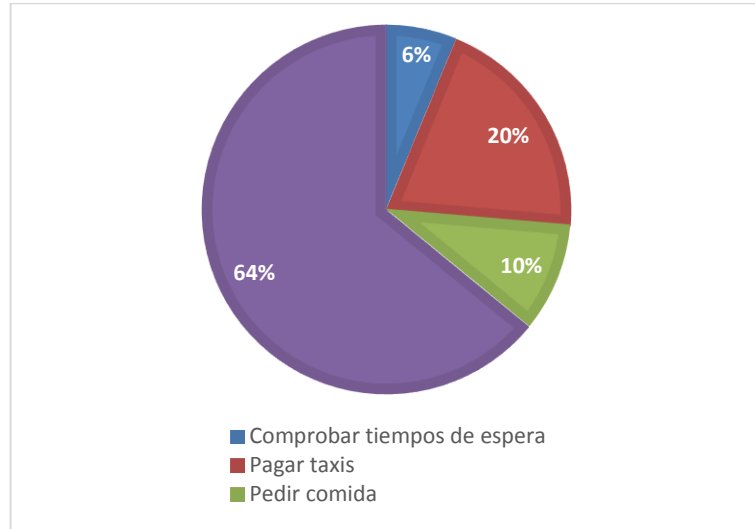


Ilustración 4-36: Utilización de códigos QR

Realizado por: Barrigas, T., 2023

En cuanto a las actividades por las que se utilizarían códigos QR por preferencias de los turistas están las siguientes actividades: Un 6% en cuanto a comprobar tiempos de espera, un 20% para pagar taxis, un 10% para pedir comida y finalmente con un 64% para revisar mapas y rutas turísticas, siendo así que este elemento es relevante para facilitar la comodidad de los turistas.

13. Aplicaciones

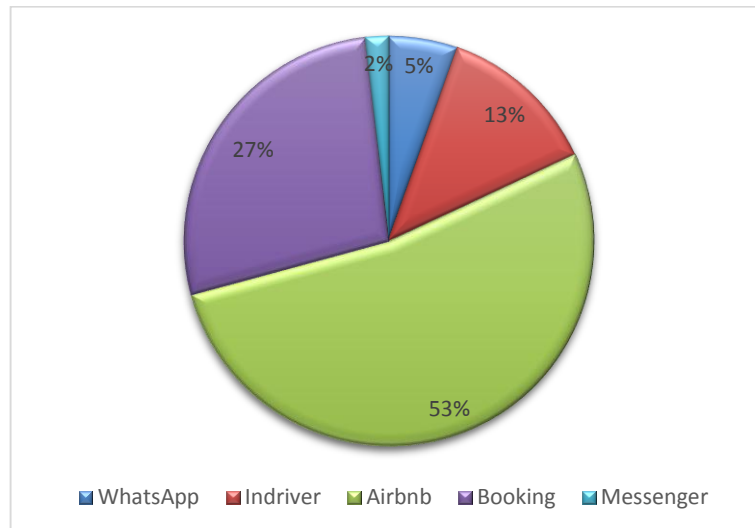


Ilustración 4-37: Aplicaciones para realizar reservas o pedidos.

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Los resultados de las aplicaciones que los turistas utilizarían para realizar reservas o pedidos son: Un 5% prefieren la aplicación de whatsapp por su facilidad y rapidez, el 13% utiliza indriver por su comodidad, el 53% hace sus reservas mediante airbnb, el 27% mediante booking y tan solo un 2% utiliza messenger para sus pedidos o reservas.

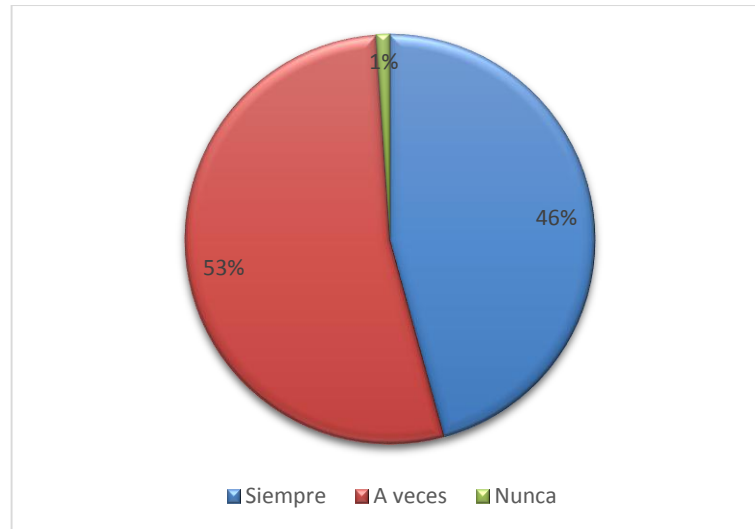


Ilustración 4-38: Frecuencia de uso de las aplicaciones

Realizado por: Barrigas, T., 2023

En base a los resultados anteriores se plantea con cuanta frecuencia utilizan los turistas dichas aplicaciones siendo que un 46% de los encuestados mencionan que siempre usan las aplicaciones en sus viajes, un 53% dicen que a veces las utilizan y un 1% nunca lo hacen.

14. Métodos de pago

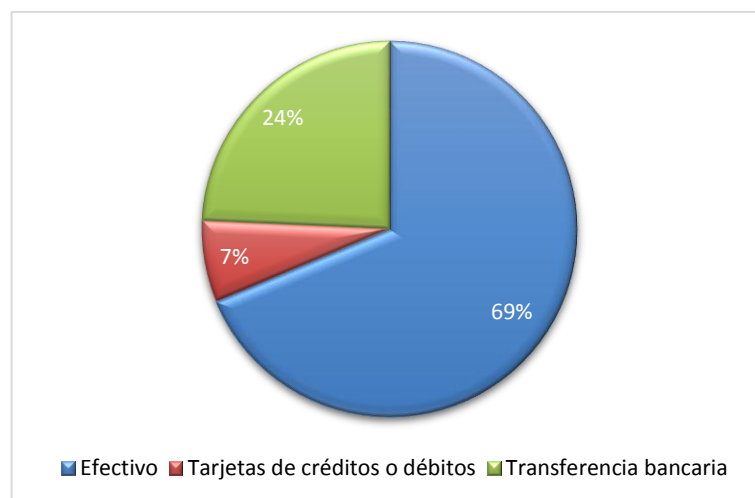


Ilustración 4-39: Métodos de pago utilizados por los turistas.

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Los métodos de pagos utilizados para consumir productos o servicios por los turistas es un 69% en efectivo, 7% utiliza tarjetas de créditos o débitos y un 24% paga con transferencia bancaria.

15. Mapas digitales

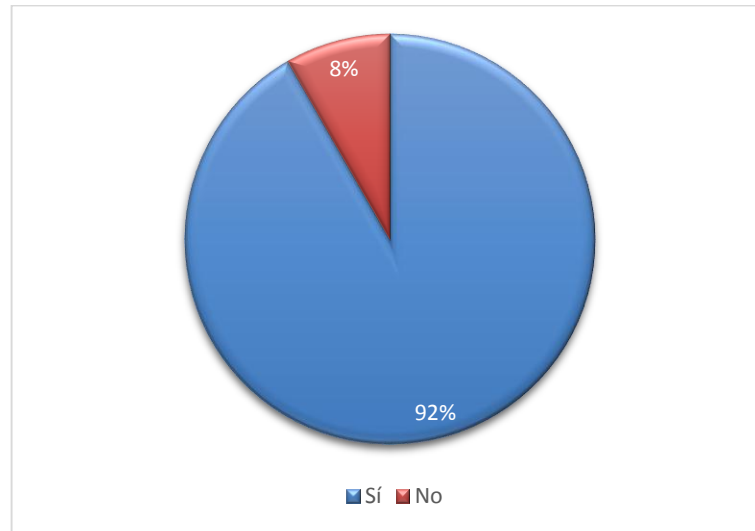


Ilustración 4-40: Disponibilidad de mapas digitales

Realizado por: Barrigas, T., 2023

De acuerdo con la información de los turistas el 92% coinciden con que es necesaria la disponibilidad de mapas digitales para realizar visitas a los sitios turísticos, en cuanto a un 8% no cree necesario la disponibilidad de mapas digitales para realizar actividades turísticas en los atractivos turísticos.

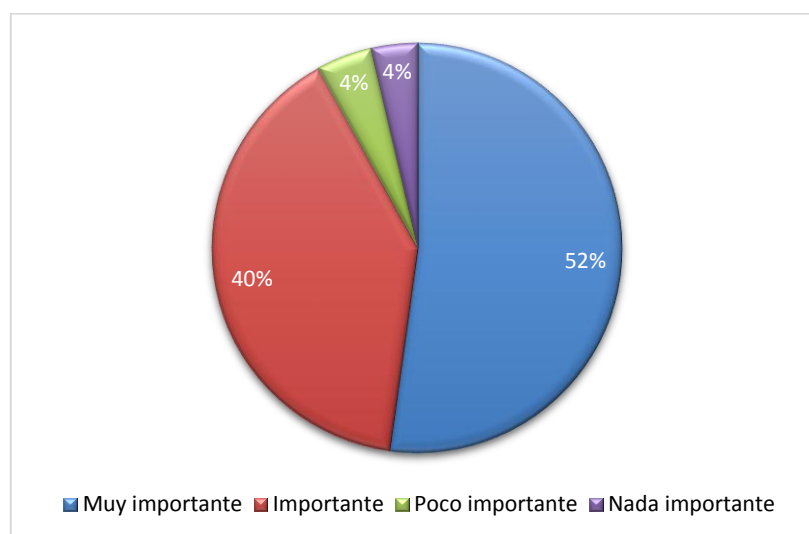


Ilustración 4-41: Importancia de la disponibilidad de mapas digitales

Realizado por: Barrigas, T., 2023

En cuanto a la importancia de la disponibilidad de mapas digitales según los resultados de los turistas encuestados son que en su mayoría un 52% encuentra muy importante este elemento, así mismo un 40% concuerda que es importante, un 4% poco importante y por último un 4% nada importante. Esta información es de relevancia para el diseño de rutas turísticas inteligentes.

16. Tipo de turismo

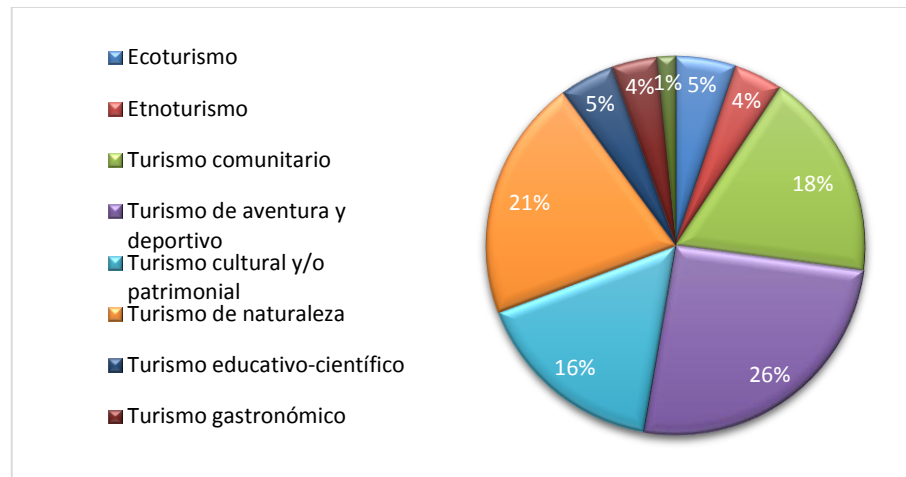


Ilustración 4-42: Preferencia de tipos de turismo

Realizado por: Barrigas, T., 2023

El 18% de los turistas prefieren realizar turismo comunitario, el 26% un turismo de aventura y deportivo, el 16% prefieren realizar turismo cultural y/o patrimonial, el 21% prefiere de naturaleza, lo que corresponde a los demás porcentajes menores se inclinan más por los tipos de turismo planteados en la encuesta. Esta información es importante para poder definir el tipo de ruta turística que se debe implementar con el fin de satisfacer las necesidades de los turistas.

17. Factores

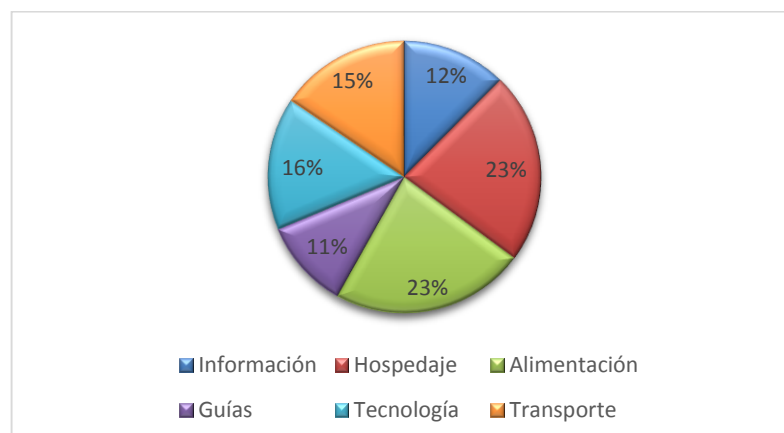


Ilustración 4-43: Factores que elevan la experiencia de turismo

Realizado por: Barrigas, T., 2023

El 12% señala que la información es elemento necesario para mejorar su experiencia de turismo, el 23% menciona al hospedaje y de la misma forma la alimentación, en cuanto al 11% se representa a los guías, el 16% se considera la tecnología y por último un 15% referente al transporte. Con esta información se puede facilitar los servicios turísticos de hospedaje, alimentación, información y transporte de acuerdo con las necesidades de los turistas.

18. Actividades turísticas

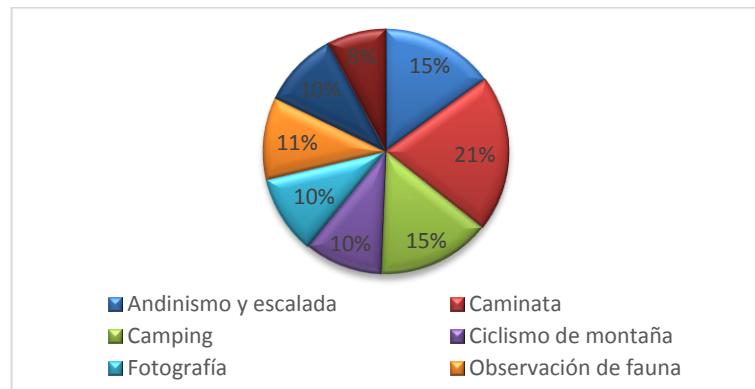


Ilustración 4-44: Actividades turísticas para los turistas

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Se puede entender que las actividades preferidas para realizar por los turistas internacionales son un 15% andinismo y escalada, un 21% prefieren caminata, el 15% realizarían camping, un 10% ciclismo de montaña, otro 10% fotografía y entre un 11% y 10% respectivamente realizarían observación de fauna y flora, finalmente un 8% realizaría snowboarding.

19. Conocimiento de la parroquia

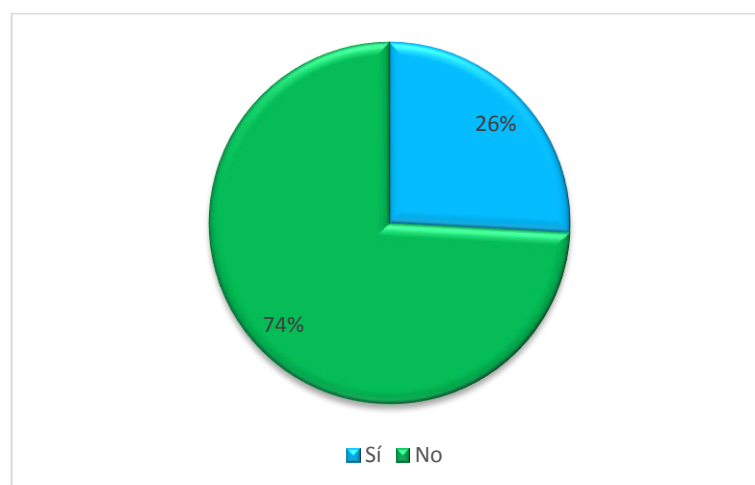


Ilustración 4-45: Conocimiento de la existencia de la parroquia San Andrés

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Se cuestionó a los turistas si conocían la parroquia de San Andrés del cantón Guano y el 26% respondió afirmativamente, mientras que el 74% negó conocer la zona.

20. Conocimiento de atractivos

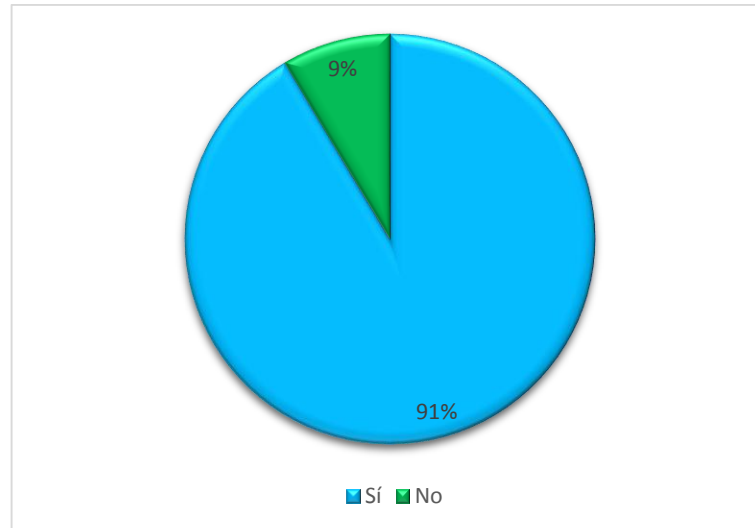


Ilustración 4-46: Conocimiento de los atractivos turísticos de San Andrés a los turistas

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Se cuestionó a los turistas si les gustaría conocer los atractivos turísticos de la parroquia de San Andrés del cantón Guano, siendo que el 91% respondió afirmativamente, mientras que el 9% negó querer conocer los atractivos.

21. Demanda potencial de turismo inteligente



Ilustración 4-47: Participación de un turismo inteligente en San Andrés

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Se cuestionó a los turistas si les interesa participar de un turismo inteligente en la parroquia de San Andrés del cantón Guano, siendo que el 95% respondió afirmativamente, mientras que el 5% negó querer participar.

4.1.2.4 Perfil del turista nacional y extranjero

Se extrajo los datos de la demanda nacional e internacional para determinar el perfil del turista respectivamente en base a los datos estadísticos recopilados durante las salidas técnicas, siendo la siguiente información:

Tabla 4-15: Cuadro resumen de la demanda turística nacional y extranjera

| N | Variables | Turistas nacionales | Turistas internacionales |
|---|------------------------|--|---|
| 1 | Género | Femenino: 39% Masculino: 61% | Femenino: 36% Masculino: 64% |
| 2 | Edad | De 18-25 años: 15% De 25-35 años: 53% De 35-45 años: 26% Más de 45 años: 6% | De 18-25 años: 8% De 25-35 años: 46% De 35-45 años: 30% Más de 45 años: 16% |
| 3 | Procedencia | Ecuador: 60% Alemania: 2% Argentina: 5% Chile: 4% Canadá: 4% Colombia: 6% España: 8% Estados Unidos: 6% México: 3% Perú: 2% | Alemania: 8% Argentina: 12% Chile: 5% Canadá: 9% Colombia: 10% España: 9% Estados Unidos: 20% México: 9% Perú: 4% Francia: 14% |
| 4 | Organización de viaje | Agencia de viajes: 29% Viaje independiente: 71% | Agencia de viajes: 61% Viaje independiente: 39% |
| 5 | Medios de comunicación | Amigos/ familiares o trabajo: 22% Operadoras de turismo: 18% Redes sociales: 38% Sitios web: 15% Televisión: 7% | Amigos/ familiares o trabajo: 13% Operadoras de turismo: 37% Redes sociales: 36% Sitios web: 10% Televisión: 4% |
| 6 | Frecuencia de viaje | Cada 15 días: 5% Fines de semana: 12% Mensualmente: 7% Solo feriados: 53% Trimestral: 23% | Cada 15 días: 9% Fines de semana: 3% Mensualmente: 20% Solo feriados: 23% Trimestral: 45% |
| 7 | Presupuesto por día | Menos de 20,00\$: 11% 21,00\$ - 40,00\$: 38% | Menos de 20,00\$: 10% 21,00\$ - 40,00\$: 26% |

| | | | |
|----|------------------------------------|--|---|
| | | 41,00\$ - 60,00\$: 46% Más de 60,00\$: 5% | 41,00\$ - 60,00\$: 42% Más de 60,00\$: 22% |
| 8 | Motivos de viaje | Congresos/Estudios: 4% Negocios/Trabajo: 4% Vacaciones/Turismo: 75% Visitas familiares/Amigos: 17% | Congresos/Estudios: 11% Negocios/Trabajo: 19% Vacaciones/Turismo: 41% Visitas familiares/Amigos: 29% |
| 9 | Duración de viajes | Un día: 21% Entre 2 y 3 días: 49% Entre 4 a 7 días: 16% Entre una y dos semanas: 8% Más de dos semanas: 6% | Entre 2 y 3 días: 35% Entre 4 a 7 días: 47% Entre una y dos semanas: 13% Más de dos semanas: 5% |
| 10 | Personas por viaje | Solo: 8% Pareja: 17% 4 integrantes o más: 33% 4 integrantes o menos: 28% Con grupos organizados: 14% | Solo: 6% Pareja: 17% 4 integrantes o más: 26% 4 integrantes o menos: 20% Con grupos organizados: 31% |
| 11 | Herramientas tecnológicas | Blogs de atractivos turísticos: 6% Mapa de recorrido electrónico: 36% Realidad aumentada: 5% Reservas en línea: 14% Tarjetas inteligentes: 12% Turismo virtual: 8% Wi-fi gratis: 19% | Blogs de atractivos turísticos: 4% Mapa de recorrido electrónico: 32% Realidad aumentada: 11% Reservas en línea: 23% Tarjetas inteligentes: 12% Turismo virtual: 10% Wi-fi gratis: 8% |
| 12 | Códigos QR | Comprobar tiempos de espera: 5% Pagar taxis: 15% Pedir comida: 24% Revisar mapas y rutas turísticas: 56% | Comprobar tiempos de espera: 6% Pagar taxis: 20% Pedir comida: 10% Revisar mapas y rutas turísticas: 64% |
| 13 | Aplicaciones de reservas o pedidos | WhatsApp: 53% Indriver: 12% Airbnb: 21% Booking: 12% Messenger: 2% Siempre: 43% A veces: 53% Nunca: 4% | WhatsApp: 5% Indriver: 13% Airbnb: 53% Booking: 27% Messenger: 2% Siempre: 46% A veces: 53% Nunca: 1% |
| 14 | Método de pago | Efectivo: 46% Tarjetas de créditos o débitos: 24% Transferencia bancaria: 30% | Efectivo: 69% Tarjetas de créditos o débitos: 7% Transferencia bancaria: 24% |
| 15 | Mapas digitales | Sí: 93% No: 7% Muy importante: 71% Importante: 23% | Sí: 92% No: 8% Muy importante: 52% Importante: 40% |
| 16 | Tipo de turismo | Ecoturismo: 5% Etnoturismo: 2% | Ecoturismo: 5% Etnoturismo: 4% |

| | | | |
|----|--|--|--|
| | | Turismo comunitario: 15% Turismo de aventura y deportivo: 24% Turismo cultural y/o patrimonial: 17% Turismo de naturaleza: 17% Turismo educativo-científico: 7% Turismo gastronómico: 8% Turismo rural: 5% | Turismo comunitario: 18% Turismo de aventura y deportivo: 26% Turismo cultural y/o patrimonial: 16% Turismo de naturaleza: 21% Turismo educativo-científico: 5% Turismo gastronómico: 4% Turismo rural: 1% |
| 17 | Factores de experiencia | Información: 21% Hospedaje: 23% Alimentación: 23% Guías: 11% Tecnología: 7% Transporte: 15% | Información: 12% Hospedaje: 23% Alimentación: 23% Guías: 11% Tecnología: 16% Transporte: 15% |
| 18 | Actividades turísticas | Andinismo y escalada: 8% Caminata: 18% Camping: 15% Ciclismo de montaña: 9% Fotografía: 18% Observación de fauna: 12% Observación de flora: 13% Snowboarding: 7% | Andinismo y escalada: 15% Caminata: 21% Camping: 15% Ciclismo de montaña: 10% Fotografía: 10% Observación de fauna: 11% Observación de flora: 10% Snowboarding: 8% |
| 19 | Conocimiento de la parroquia | Sí: 53% No: 47% | Sí: 26% No: 74% |
| 20 | Conocimiento de atractivos | Sí: 94% No: 6% | Sí: 91% No: 9% |
| 21 | Demanda potencial de turismo inteligente | Sí: 93% No: 7% | Sí: 95% No: 5% |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Como se observa en la tabla 4-15 Lucio, analiza únicamente a demanda nacional con 11 variables; género, edad, procedencia, tipo de turismo, factores de experiencia, frecuencia de viaje, presupuesto, motivos de viaje, conocimiento de la parroquia, interés en la parroquia, interés en turismo comunitario, en cambio en la actualización el estudio de la demanda, en la tabla 4-14 se contempla 21 variables, es decir 10 de diferencia. Las variables que se aumentaron también se refieren a turismo inteligente siendo; organización de viaje, medios de comunicación, duración de viajes, personas por viaje, herramientas tecnológicas, códigos QR, aplicaciones de reservas o pedidos, método de pago, mapas digitales, actividades turísticas, conocimiento de atractivos, demanda potencial de turismo inteligente. El estudio actualizado, a diferencia de Lucio, incorpora la demanda extranjera con las variables antes ya mencionadas.

4.2 Análisis multicriterio para la propuesta de rutas turísticas inteligente

4.2.1 Identificación de las líneas de productos

Las líneas de productos que existentes en el Ecuador de acuerdo con el PLANDETUR 2020 y el PLANDETUR 2030 son 11 y ocho líneas de productos respectivamente:

Tabla 4-16: Líneas de productos establecidos en el PLANDETUR 2020 y 2030

| Líneas de productos (PLANDETUR 2020) | Variantes (PLANDETUR 2020) | Líneas de productos (PLANDETUR 2030) |
|--------------------------------------|---|--------------------------------------|
| Circuitos generales | Circuitos generales | Turismo de naturaleza y cultural |
| Sol y playa | Sol y playa | Turismo rural |
| Turismo comunitario | Turismo comunitario | Turismo gastronómico y comunitario |
| Turismo cultural | Patrimonio naturales y culturales Gastronomía Shamanismo Fiestas populares Turismo religioso Turismo urbano Turismo arqueológico CAVE, científico, académico, voluntario y educativo Haciendas históricas | Turismo de aventura |
| Parques temáticos | Parques temáticos | Turismo científico |
| Ecoturismo y turismo de naturaleza | Parques nacionales Reservas y bosques privados Ríos, lagos, lagunas y cascadas Observación de flora y fauna | Turismo de convenciones (MICE) |
| Turismo de deportes y aventura | Deportes terrestres Deportes fluviales Deportes aéreos Deportes acuáticos | Turismo de cruceros |

| | | |
|-------------------------------------|--|------------------------------|
| Turismo de salud | Termalismo Medicina ancestral SPA's | Agroturismo (Mintur, pag 57) |
| Agroturismo | Haciendas, fincas y plantaciones | |
| Turismo de convenciones y congresos | Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias | |
| Turismo de cruceros | Cruceros | |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

En el cuadro 4-16, se enlista del PLANDETUR 2020 las 11 líneas de productos, de los cuales Circuitos generales, Sol y playa, Turismo comunitario, Parques temáticos y turismo de cruceros no presentan variantes, por el contrario, Turismo Cultural presenta nueve variantes, Ecoturismo y turismo de naturaleza presenta cuatro variantes, turismo de salud y agroturismo poseen tres variantes y turismo de convenciones y congresos cinco variantes; mientras que en el PLANDETUR 2030 se cita 8 líneas de turismo sin variantes.

NOTA: Debido a que en el plan 2030 no se detalla las variantes de las líneas de productos se trabajara con la información de los dos planes.

Sugerencia: Implementar en el PLANDETUR 2030 las variantes aceptadas para poder ejercer y alinearse con las actividades turísticas, el MINTUR debería acotar para futuras publicaciones.

4.2.2 Criterios para el diseño de las rutas turísticas

4.2.2.1 Actividades preferidas por los turistas nacionales y extranjeros

Comparativa de la demanda nacional con la demanda extranjera:

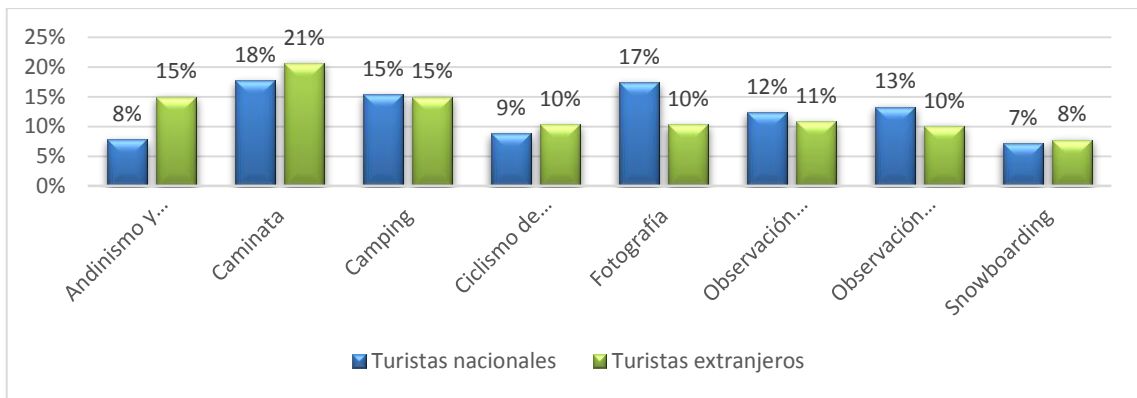


Ilustración 4-48: Comparación de actividades preferidas por los turistas nacionales y extranjeros

Realizado por: Barrigas, T., 2023

El análisis de la demanda indica que las actividades preferidas por los turistas nacionales es un 18% caminata, así mismo el 17% realizarían fotografía, el 15% prefieren camping y entre un 13% y 12% respectivamente realizarían observación de fauna y flora, mientras que para las actividades preferidas por los turistas extranjeros son principalmente en un 21% caminata, un 15% escalada y montañismo, así como también camping, y el 10% coinciden en ciclismo de montaña, fotografía, observación de flora y en un 11% observación de fauna y finalmente un 8% snowboarding.

4.2.2.2 Modalidad de turismo preferido por los turistas nacionales y extranjeros

Comparativa del tipo de turismo de la demanda nacional y extranjera:

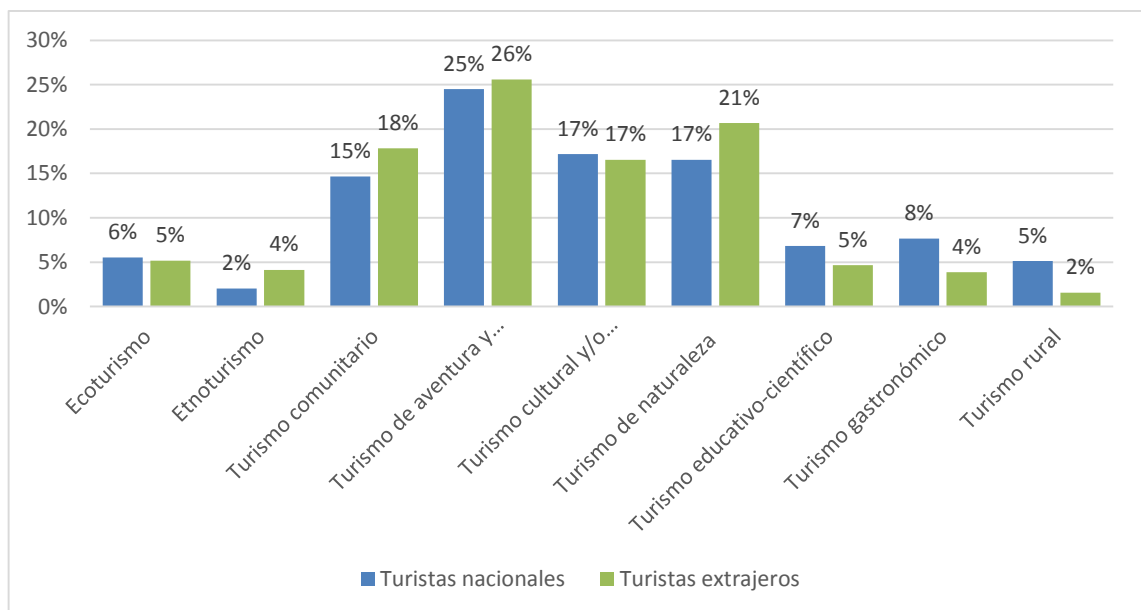


Ilustración 4-49: Comparación de las modalidades de turismo preferidos por los turistas nacionales y extranjeros

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Respecto a modalidad de turismo los turistas nacionales prefieren; el 25% turismo de aventura y deportivo, seguido por un 17% que desearía realizar turismo cultural y/o patrimonial además de un turismo de naturaleza, el 15% escogió turismo comunitario, por otro lado, los turistas extranjeros prefieren el 26% un turismo de aventura y deportivo, en un 21% turismo de naturaleza, seguido de un 18% turismo comunitario, y un 17% realizaría turismo cultural y/o patrimonial.

4.2.2.3 Parámetros para determinar el posicionamiento de los atractivos potenciales.

Se toma en consideración los criterios detallados a continuación para el posicionamiento de los atractivos de mayor potencialidad.

Tabla 4-17: Análisis multicriterio de los atractivos potenciales

| N° | Atractivos naturales y culturales | Categoría | Índice de competitividad turística | | | | | | Criterios relacionados con la demanda | | | Total | Jerarquía |
|----|-----------------------------------|----------------------------|------------------------------------|----------------------------------|--|-------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|--|-------------------------------------|------------------|-------|-----------|
| | | | Accesibilidad y conectividad | Planta turística/Complementarios | Estado de conservación e integración del sitio | Higiene y seguridad turística | Políticas y regulaciones | Actividades que se pueden practicar | Difusión, medios de promoción y comercialización | Registros de visitantes y afluencia | Recursos humanos | | |
| 1 | Nevado Chimborazo | Atractivo Natural | 18 | 13,5 | 14 | 12,8 | 10 | 12 | 7 | 7 | 4 | 98,3 | III |
| 2 | Mina de Hielo Fósil | Atractivo Natural | 7 | 4,8 | 12 | 7,6 | 0 | 3 | 5 | 2 | 3 | 44,4 | II |
| 3 | Piedra de Bolívar-Arista del Sol | Atractivo Natural | 4,5 | 4,8 | 12 | 7 | 0 | 3 | 2 | 0 | 1 | 34,3 | I |
| 4 | Iglesia Central | Manifestaciones culturales | 13 | 3,6 | 8 | 7 | 0 | 9 | 2 | 0 | 0 | 42,6 | II |
| 5 | Capilla de Lourdes | Manifestaciones culturales | 12 | 2,1 | 6 | 8,5 | 0 | 9 | 0 | 0 | 0 | 37,6 | II |

| N° | Atractivos naturales y culturales | Categoría | Índice de competitividad turística | | | | | | Criterios relacionados con la demanda | | | Total | Jerarquía |
|----|-------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|----------------------------------|--|-------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|--|-------------------------------------|------------------|-------|-----------|
| | | | Accesibilidad y conectividad | Planta turística/Complementarios | Estado de conservación e integración del sitio | Higiene y seguridad turística | Políticas y regulaciones | Actividades que se pueden practicar | Difusión, medios de promoción y comercialización | Registros de visitantes y afluencia | Recursos humanos | | |
| 6 | Picapedreros de San Pablo | Manifestaciones culturales | 0 | 3 | 14 | 6 | 0 | 9 | 0 | 0 | 0 | 32 | II |
| 7 | Centro Artesanal Artesa Choquipogyo | Manifestaciones culturales | 6,5 | 4,8 | 10 | 7,6 | 0 | 9 | 5 | 2 | 3 | 47,9 | II |
| 8 | Laguna verde | Atractivo Natural | 0 | 3 | 6 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 16 | I |
| 9 | Cascada Condor Samaná | Atractivo Natural | 9 | 3 | 10 | 8,6 | 0 | 3 | 0 | 0 | 1 | 34,6 | I |
| 10 | Glaciar Hans Meyer | Atractivo Natural | 9 | 3 | 6 | 7 | 0 | 3 | 0 | 0 | 1 | 29 | I |

| N° | Atractivos naturales y culturales | Categoría | Índice de competitividad turística | | | | | | Criterios relacionados con la demanda | | | Total | Jerarquía |
|----|--------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|----------------------------------|--|-------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|--|------------------------------------|------------------|-------|-----------|
| | | | Accesibilidad y conectividad | Planta turística/Complementarios | Estado de conservación e integración del sitio | Higiene y seguridad turística | Políticas y regulaciones | Actividades que se pueden practicar | Difusión, medios de promoción y comercialización | Registro de visitantes y afluencia | Recursos humanos | | |
| 11 | Páramos del Sector del Portal Andino | Atractivo Natural | 9 | 3 | 8 | 4,5 | 0 | 3 | 0 | 0 | 1 | 28,5 | I |
| 12 | Estación de Urbina | Manifestaciones culturales | 12 | 3,6 | 6 | 7 | 0 | 9 | 0 | 0 | 0 | 37,6 | II |
| 13 | Monumento al patrono de San Andrés | Manifestaciones culturales | 7,5 | 3 | 8 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 26,5 | I |
| 14 | Mirador Central "San Andrés" | Manifestaciones culturales | 9 | 3 | 8 | 7 | 0 | 9 | 0 | 0 | 1 | 37 | II |
| 15 | Mural de "San Andrés" | Manifestaciones culturales | 6 | 3 | 12 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 29 | I |

| N° | Atractivos naturales y culturales | Categoría | Índice de competitividad turística | | | | | | Criterios relacionados con la demanda | | | Total | Jerarquía |
|----|-----------------------------------|----------------------------|------------------------------------|----------------------------------|--|-------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|--|-------------------------------------|------------------|-------|-----------|
| | | | Accesibilidad y conectividad | Planta turística/Complementarios | Estado de conservación e integración del sitio | Higiene y seguridad turística | Políticas y regulaciones | Actividades que se pueden practicar | Difusión, medios de promoción y comercialización | Registros de visitantes y afluencia | Recursos humanos | | |
| 16 | Centro artesanal de Pulinguí | Manifestaciones culturales | 9.5 | 1.5 | 10 | 8.5 | 0 | 12 | 3 | 0 | 1 | 45.5 | II |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

En resumen, los atractivos de mayor potencialidad de la parroquia de San Andrés según los criterios valorados son los siguientes:

Se evidencia que solo un atractivo alcanza la jerarquía III siendo el Volcán Chimborazo por su competitividad turística y criterios de la demanda, además, existen ocho atractivos turísticos de categoría II y siete atractivos de la de categoría I. El nevado Chimborazo posee un valor máximo de 18 puntos en accesibilidad y conectividad, la Mina de Hielo Fósil cuenta con 12 puntos en estado de conservación e integración del sitio, la Iglesia Central posee 13 puntos en accesibilidad y conectividad como más relevantes.

4.3 Diseño de las rutas turísticas inteligentes

Para el diseño de las rutas turísticas inteligentes se plantea 4 trayectos, para esto se tomó en cuenta los atractivos turísticos y su potencialidad según su jerarquía como se observa en la tabla 4-18, los mismos que por su proximidad contribuyen a simplificar la movilidad de los turistas. Además de considerar los componentes que involucrarían cada ruta.

Tabla 4-18: Atractivos potenciados según su jerarquía

| | | |
|-------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
| Nevado Chimborazo | Mina de Hielo Fósil | Laguna verde |
| | Piedra de Bolívar-Arista del Sol | Cascada Condor Samaná |
| | | Glaciar Hans Meyer |
| | Iglesia Central | Páramos del Sector del Portal Andino |
| | Capilla de Lourdes | Estación de Urbina |
| | Picapedreros de San Pablo | Monumento al patrono de San Andrés |
| | Centro artesanal Artesa Choquipogyo | Mirador Central "San Andrés" |
| | Centro artesanal de Pulinguí | Mural de "San Andrés" |
| | Categoría III (alta) | Categoría II (media) |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

El potencial turístico de la parroquia San Andrés está representado por 16 atractivos; 1 en jerarquía I, 7 en jerarquía II, 8 en jerarquía III de los que; un 6% están en categoría alta con el atractivo “Nevado Chimborazo” seguido por un 44% en categoría media los 7 atractivos; Mina de Hielo Fósil, Piedra de Bolívar-Arista del Sol, Iglesia Central, Capilla de Lourdes, Picapedreros de San Pablo, Centro artesanal Artesa Choquipogyo, Centro artesanal de Pulinguí y finalmente con un 50% en la categoría baja los siguientes 8 atractivos; Laguna verde, Cascada Condor Samaná, Glaciar Hans Meyer, Páramos del Sector del Portal Andino, Estación de Urbina, Monumento al patrono de San Andrés, Mirador Central "San Andrés", Mural de "San Andrés".

4.3.1 Estructura de los componentes para las rutas turísticas

Según el manual de generación de rutas e itinerarios turísticos propuesto por el MINTUR 2019 se muestra los componentes necesarios para establecer las rutas pues para su estructura se ha considerado el conjunto de atractivos, actividades, productos y servicios encontrados en el territorio para lograr satisfacer las necesidades de la demanda determinada, siendo los siguientes puntos los que ayudaron a determinar las rutas turísticas.

4.3.1.1 Accesibilidad

Tabla 4-19: Matriz resumen de la accesibilidad

| Infraestructura | Medios de comunicación | Transporte |
|---|---|---|
| Vías de acceso: Red vial inter parroquial y red cantonal, red estatal de tercer orden; Carretera panamericana 16,81km y 12,86km de autopista. | Telefonía fija 10% Telefonía móvil 46% | Cooperativa de buses: San Andrés, El Cóndor, Virgen de Chuquipogio, Taxis: Compañía César Naveda. Carga pesada: Compañía Trans. Fiallos |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

4.3.1.2 Atractivos

Tabla 4-20: Matriz resumen de los atractivos

| Atractivo | Comunidad o sector | Subtipo |
|--------------------------------------|---|---------------------|
| Volcán Chimborazo | Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | Alta montaña |
| Piedra de Bolívar-Arista del Sol | Cóndor Samana | Alta montaña |
| Mina de Hielo Fósil | Sanjapamba | Media montaña |
| Iglesia Central | Centro parroquial | Histórica/Vernácula |
| Capilla de Lourdes | Batzacón | Histórica/Vernácula |
| Estación de Urbina | Cóndor Samaná | Histórica/Vernácula |
| Picapedreros de San Pablo | San Pablo | Artesanías y Artes |
| Centro Artesanal Artesa Choquipogyo | Santa Lucia | Artesanías y Arte |
| Mural de "San Andrés" | Centro parroquial | Artesanías y Arte |
| Laguna verde | Centro parroquial | Laguna |
| Cascada Condor Samaná | Cóndor Samaná | Cascada |
| Glaciar Hans Meyer | Portal Andino | Grieta |
| Páramos del Sector del Portal Andino | Portal Andino | Páramo |
| Monumento al patrono de San Andrés | Centro parroquial | Monumento |

| | | |
|------------------------------|-------------------|--------------------------------------|
| Mirador Central "San Andrés" | Centro parroquial | Espacio Público |
| Centro artesanal de Pulinguí | Pulinguí | Pueblo y/o nacionalidad (Etnografía) |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

4.3.1.3 Facilidades

Tabla 4-21: Matriz resumen de las facilidades

| Espacios públicos | Ubicación UTM |
|------------------------------|---|
| Mirador Central "San Andrés" | Latitud: 755864 Longitud: 9823729 Altitud: 3009 |
| Mural de "San Andrés" | Latitud: 756375 Longitud: 9823786 Altitud: 2981 |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

4.3.1.4 Actividades

Tabla 4-22: Matriz resumen de las actividades

| Línea de producto | Variedad de producto específico o actividades | Atractivos |
|-----------------------|---|--|
| Turismo de aventura | Caminata. Senderismo. Ciclismo. Fotografía. | Portal Andino Ruta del hielero Piedra de Bolívar Cascada Cóndor Samaná |
| Turismo de naturaleza | Observación de flora y fauna Snowboarding Fotografía Camping Andinismo y escalada | Nevado Chimborazo Mina de Hielo Fósil Piedra de Bolívar Glaciar Hans Meyer |
| Turismo comunitario | Caminata Fotografía Camping | Comunidad de Pulinguí Comunidad de Artesa Páramos del Sector del Portal Andino |

| | | |
|------------------|---|--|
| Turismo cultural | Centros artesanales Fiestas populares Gastronomía Turismo religioso Artesanías y arte | Centro artesanal de Pulinguí Centro artesanal Artesa Choquipogyo Centro parroquial Picapedreros de San Pablo |
|------------------|---|--|

Realizado por: Barrigas, T., 2023

4.3.1.5 Productos

Tabla 4-23: Matriz resumen de los productos

| Alojamiento | Ubicación UTM | Restaurantes | Ubicación UTM | Transporte | Ubicación UTM |
|---|--|---|--|--|---|
| Razu Ñan (Comunitario) | Latitud: 750534,5 Longitud: 9826147,1 Altitud: 3220 | Restaurante “La casa vieja” | Latitud: 755417 Longitud: 9823952 Altitud: 3017 | Cooperativa de Transporte San Andrés | Latitud: 745877,1 Longitud: 8240016,1 Altitud: 2900 |
| Centro Artesanal Artesa Chuquipogyo (Comunitario) | Latitud: 749200 Longitud: 9831892 Altitud: 3668 | Restaurante “Los sabores típicos de Rosita” | Latitud: 755650 Longitud: 9823894 Altitud: 3010 | Cooperativa el Condor | Latitud: 760661,7 Longitud: 9814991,6 Altitud: 3386 |
| Hostería “El Cortijo” | Latitud: 756013 Longitud: 9824279 Altitud: 3013 | Restaurante “El buen sabor” | Latitud: 755517 Longitud: 9823930 Altitud: 3013 | La compañía Virgen de Chuquipogyo | Latitud: 755492,9 Longitud: 9823937,9 Altitud: 2900 |
| Hotel San Andrés | Latitud: 755657 Longitud: 9823900 Altitud: 3010 | Conos y Leña 1945 | Latitud: 755605 Longitud: 9824004 Altitud: 3010 | La Compañía de taxis César Naveda | Latitud: 755635,6 Longitud: 9823801,4 Altitud: 2900 |
| Hostería “La Andaluza” | Latitud: 752261,3 Longitud: 9829834,8 Altitud: 3020 | Picantería “Rosita” | Latitud: 755666 Longitud: 9823991 Altitud: 3008 | | |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

4.3.2 Diseño de las rutas turísticas por nivel de dificultad

Con la información recopilada de los elementos que conforman la oferta del sistema turístico se ha desarrollado cuatro rutas turísticas que encadenan los atractivos del territorio. Cada ruta ha sido diseñada conforme al nivel de dificultad de los atractivos, se detalla: el mapa y la caracterización de la ruta para cada recorrido.

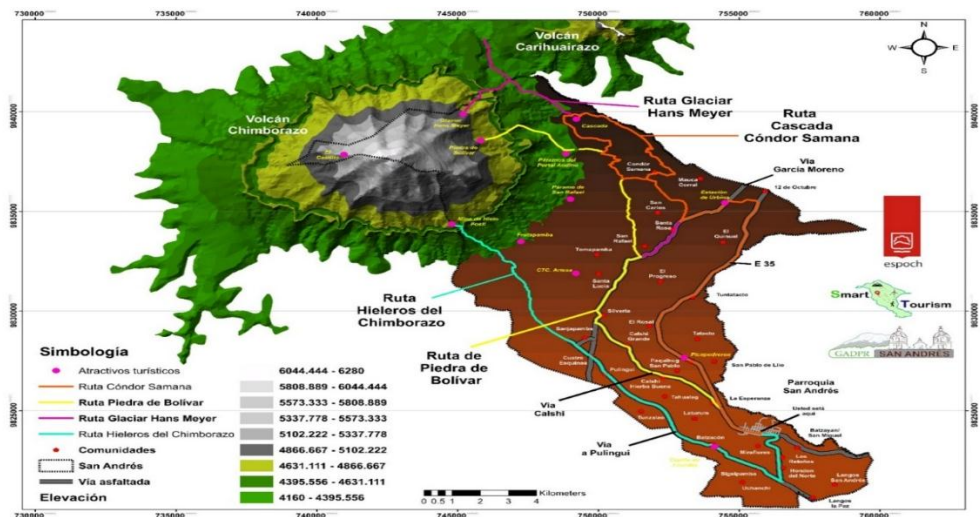


Ilustración 4-50: Mapa general de las rutas turísticas inteligentes

Realizado por: Smart Tourism, 2023

4.3.2.1 Caracterización de la ruta turística “Hieleros del Chimborazo”

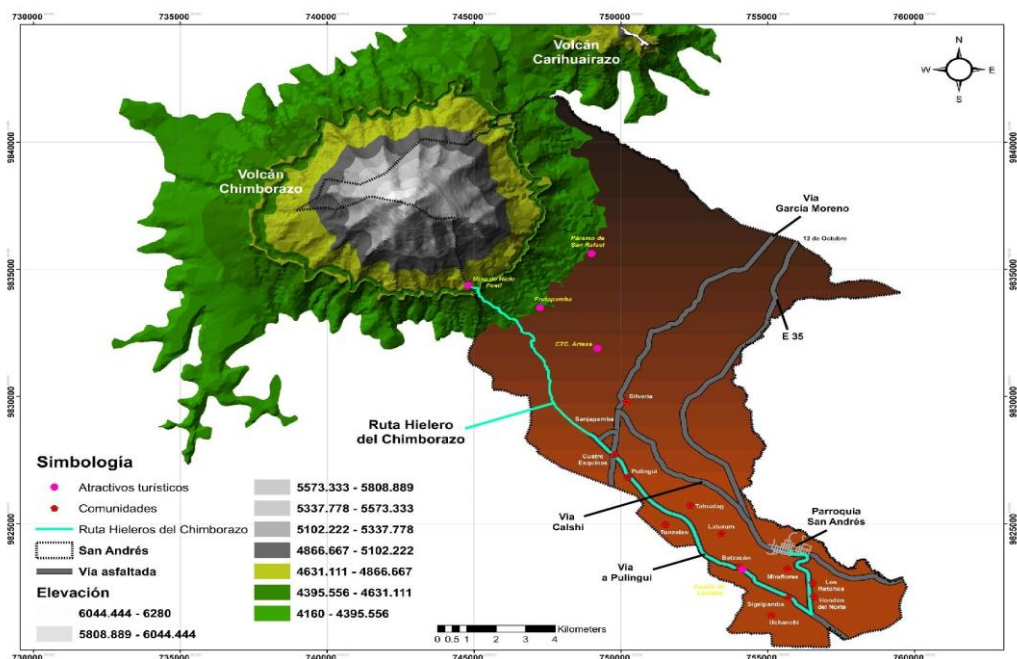


Ilustración 4-51: Mapa de la ruta "Hielero del Chimborazo"

Realizado por: Smart Tourism, 2023

Tabla 4-24: Ruta “Hieleros del Chimborazo”

| CARACTERIZACIÓN DE LA RUTA | | |
|------------------------------------|-------------|---|
| Nombre de la Ruta: | | Hieleros del Chimborazo |
| Modalidad: | | Alta -Montaña |
| Nivel Técnico y dificultad: | | PD |
| Tiempo de recorrido | | Ascenso: 7-10 |
| | | Descenso: 3-5 |
| Nivel físico requerido | | Medio - Alto (previa una excelente aclimatación) |
| Equipo necesario: | | Bitacora del Equipo: Equipo Técnico: Casco, linterna frontal, gafas para glaciario y para viento, arnes, mosquetones, cordinos, 1 estaca para nieve, 2 tornillos para hielo, botas de altamontaña, crampones, piolet de marcha. Equipo accesorio: pasamontañas, gorra de lana, 1 capa vestimenta rompevientos/impermeable, 2 capas de vestimenta térmica, 1 par de guantes internos y un par de guantes mitones, medias térmicas, polainas, bloqueador solar Recomendación: La ropa no debe ser de algodón. |
| Cotas | Máxima | 4.127 m.s.n.m |
| | Mínima | 4.800 m.s.n.m |
| Desnivel (m) | Subida | 1.463 m.s.n.m |
| | Bajada | 1.463 m.s.n.m |
| | Total | 2.926 m.s.n.m |
| Distancia de la ruta: | | 13 km |
| Lugar de partida: | | San Andrés |
| Lugar de llegada: | | Mina de Hielo Fósil |
| Época recomendada: | | Todo el año |
| Tipo de superficie | | Mixto: Morrena, Roca, Hielo y Nieve |
| Temperatura Ambiente: | | Mínima: 12 C Máxima: 14 C |
| Precipitación media Anual: | | 1619 mm |
| Requerimiento de Guía | | Obligatorio - Guía especializado en altamontaña o guía local |
| Localización Geográfica | | RPFCH - Coordenadas |
| Acceso | | Vía carrozable-Caminata |
| Recorrido | | Parroquia San Andrés, Laguna verde, Capilla de Lourdes, Pulingui, Cuatro Esquinas. |
| Equipo necesario: | | Botiquín de primeros auxilios |
| | Hidratación | Mínimo de 2 litros |
| Prestadores de servicios cercanos: | | (Guías y porteadores) |
| Lugares cercanos de ayuda: | | Números de Emergencia: Grupo de Rescate ASEGUIM 0998341809,0992536922. Ecu 911 |
| IMPORTANTE | | Radios Handy 2 y GPS en el equipo |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

4.3.2.2 Caracterización de la ruta turística "Cóndor Samana"

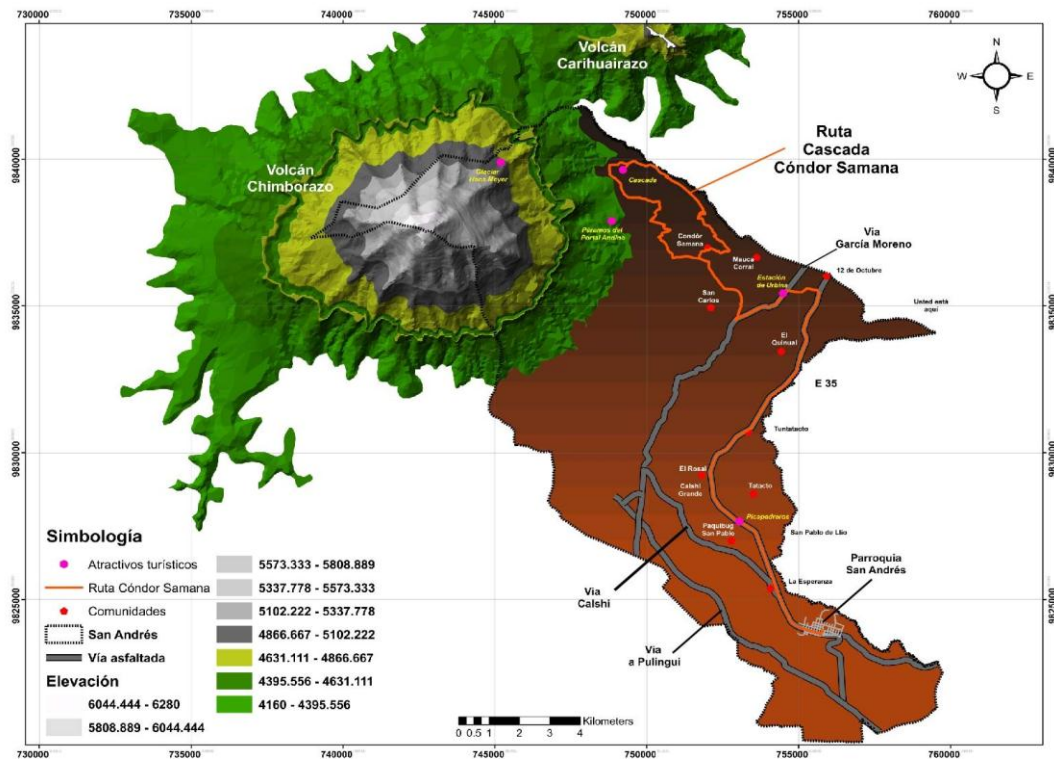


Ilustración 4-52: Mapa de la ruta "Cascada Cóndor Samana"

Realizado por: Smart Tourism, 2023

Tabla 4-25: Ruta Cóndor Samana

| CARACTERIZACIÓN DE LA RUTA | | |
|-----------------------------|--|---------------|
| Nombre de la Ruta: | Cóndor Samana | |
| Modalidad: | Alta -Montaña | |
| Nivel Técnico y dificultad: | PD | |
| Tiempo de recorrido | Ascenso: 5-10 | |
| | Descenso: 2-5 | |
| Nivel físico requerido | Bajo - Medio | |
| Equipo necesario: | Bitácora del Equipo: Equipo accesorio: gorra de lana, 1 capa vestimenta rompevientos/impermeable, 2 capas de vestimenta térmica, 1 par de guantes internos, medias térmicas, polainas, bloqueador solar. Recomendación: La ropa no debe ser de algodón. | |
| Cotas | Máxima | 4.018 m.s.n.m |
| | Minima | 4.800 m.s.n.m |
| Desnivel (m) | Subida | 1.463 m.s.n.m |
| | Bajada | 1.463 m.s.n.m |
| | Total | 2.926 m.s.n.m |
| Distancia de la ruta: | 32 Km | |
| Lugar de partida: | San Andrés | |

| | |
|------------------------------------|--|
| Lugar de llegada: | Cascada Cóndor Samana |
| Época recomendada: | Todo el año |
| Tipo de superficie | Cascada |
| Temperatura Ambiente: | Mínima: 21 C Máxima: 24 C |
| Precipitación media Anual: | 683 mm |
| Requerimiento de Guía | Obligatorio - Guía local |
| Localización Geográfica | RPFCH - Coordenadas |
| Acceso | Vía de primer orden, vías de segundo orden. |
| Recorrido | Cascada Cóndor Samana, Comunidad Cóndor Samana, Estación de Urbina, Picapedreros de San Pablo. |
| Equipo necesario: | Botiquín de primeros auxilios |
| Hidratación | Mínimo de 2 litros |
| Prestadores de servicios cercanos: | San Rafael de Choquipogui (Guías y porteadores) |
| Lugares cercanos de ayuda: | Números de Emergencia: Grupo de Rescate ASEGUIM 0998341809, 0992536922. Ecu 911 |
| IMPORTANTE | GPS en el equipo |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

4.3.2.3 Caracterización de la ruta turística "Glaciar Hans Meyer"

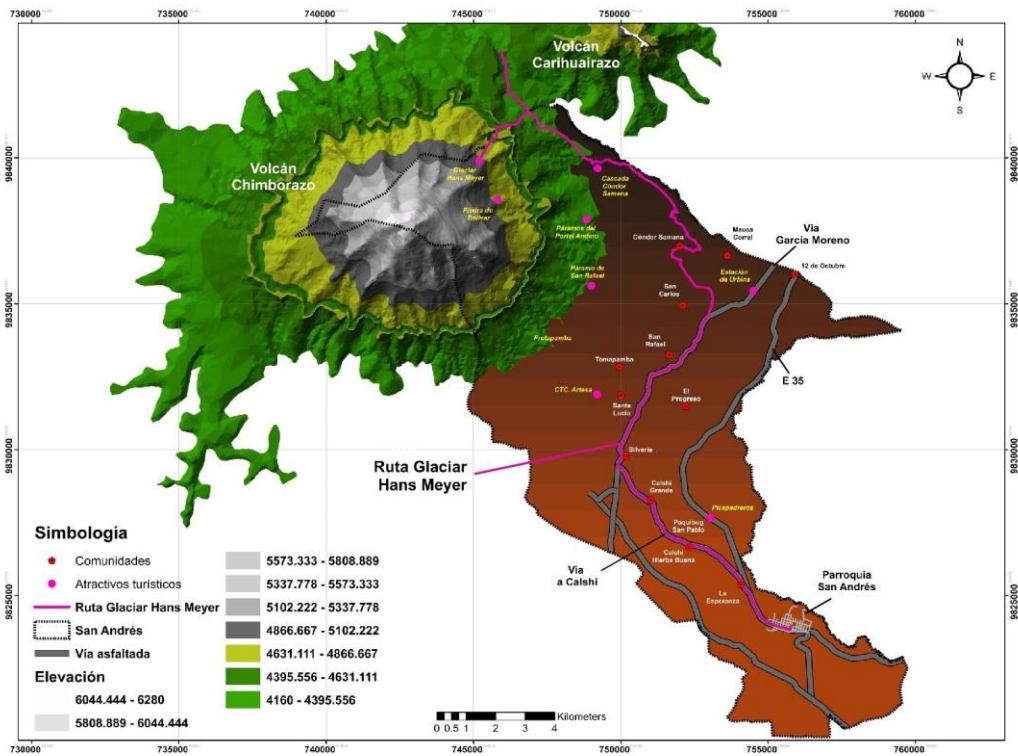


Ilustración 4-53: Mapa de la ruta "Glaciar Hans Meyer"

Realizado por: Smart Tourism, 2023

Tabla 4-26: Ruta “Glaciar Hans Meyer”

| CARACTERIZACIÓN DE LA RUTA | | |
|------------------------------------|-------------|--|
| Nombre de la Ruta: | | Glaciar Hans Meyer |
| Modalidad: | | Alta -Montaña |
| Nivel Técnico y dificultad: | | PD |
| Tiempo de recorrido | | Ascenso: 7-10 |
| | | Descenso: 3-5 |
| Nivel físico requerido | | Medio - Alto (previa una excelente aclimatación) |
| Equipo necesario: | | Bitacora del Equipo: Equipo Técnico: Casco, linterna frontal, gafas para glaciar y para viento, arnes, mosquetones, cordinos, 1 estaca para nieve, 2 tornillos para hielo, botas de altamontaña, crampones, piolet de marcha. Equipo accesorio: pasamontañas, gorra de lana, 1 capa vestimenta rompevientos/impermeable, 2 capas de vestimenta térmica, 1 par de guantes internos y un par de guantes mitones, medias térmicas, polainas, bloqueador solar Recomendación: La ropa no debe ser de algodón. |
| Cotas | Máxima | 4.588 m.s.n.m |
| | Minima | 4.800 m.s.n.m |
| Desnivel (m) | Subida | 1.463 m.s.n.m |
| | Bajada | 1.463 m.s.n.m |
| | Total | 2.926 m.s.n.m |
| Distancia de la ruta: | | 31 Km |
| Lugar de partida: | | San Andrés |
| Lugar de llegada: | | Glaciar Hans Meyer |
| Época recomendada: | | Todo el año |
| Tipo de superficie | | Mixto: Morrena, Roca, Hielo y Nieve |
| Temperatura Ambiente: | | Mínima: 12 C Máxima: 14 C |
| Precipitación media Anual: | | 1619 mm |
| Requerimiento de Guía | | Obligatorio - Guía especializado en altamontaña |
| Localización Geográfica | | RPFCH - Coordenadas |
| Acceso | | Vía de primer orden, vías de segundo orden, caminata. |
| Recorrido | | Parque de San Andrés, Calshi, San Rafael, Cóndor Samana, Tragadero, Razurco, Glaciar Hans Meyer. |
| Campamentos necesarios: | | Sector Cocha Colorada |
| Equipo necesario: | | Carpa de cuatro estaciones, sleeping mínimo -20 C, aislante, manta térmica, botiquín de primeros auxilios |
| | Hidratación | Mínimo de 2 litros |
| Prestadores de servicios cercanos: | | (Guías y porteadores) |
| Lugares cercanos de ayuda: | | Números de Emergencia: Grupo de Rescate ASEGUM 0998341809, 0992536922. Ecu 911 |
| IMPORTANTE | | Radios Handy 2 y GPS en el equipo |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

4.3.2.4 Caracterización de la ruta turística “Piedra de Bolívar- Arista del Sol”

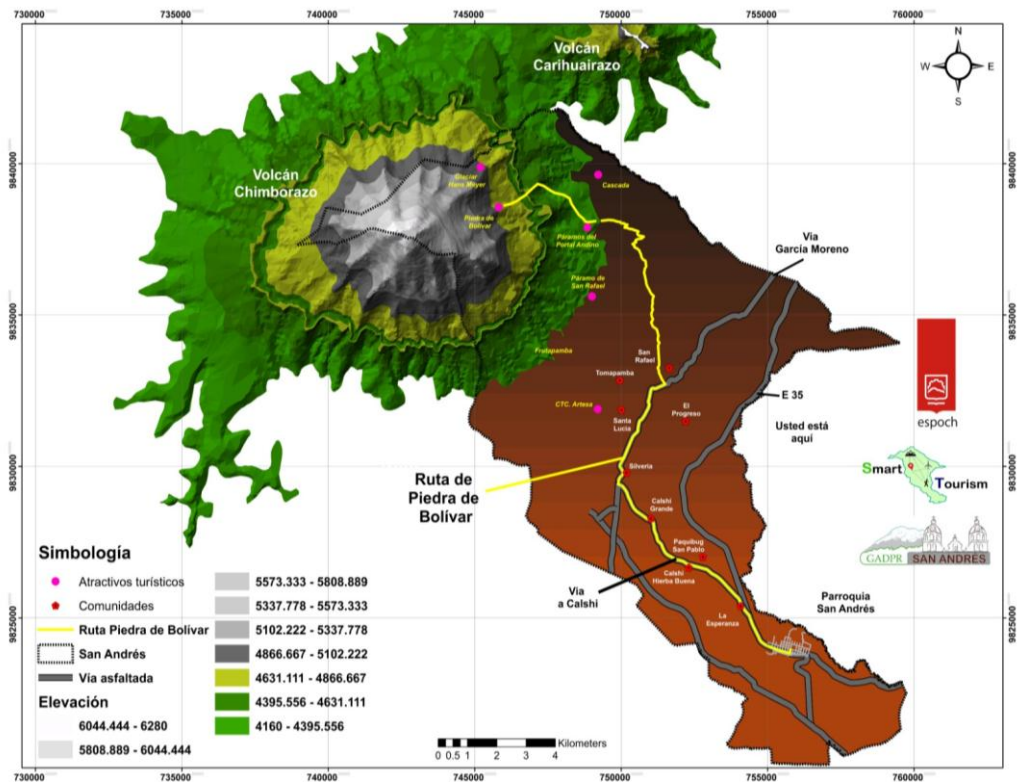


Ilustración 4-54: Mapa de la ruta "Piedra de Bolívar"

Realizado por: Smart Tourism, 2023

Tabla 4-27: Ruta “Piedra de Bolívar- Arista del Sol”

| CARACTERIZACIÓN DE LA RUTA | | |
|-----------------------------|---|---------------|
| Nombre de la Ruta: | Piedra de Bolívar - Arista del Sol | |
| Modalidad: | Alta -Montaña | |
| Nivel Técnico y dificultad: | PD | |
| Tiempo de recorrido | Ascenso: 7-10 | |
| | Descenso: 3-5 | |
| Nivel físico requerido | Medio - Alto (previa una excelente aclimatación) | |
| Equipo necesario: | <p>Bitacora del Equipo:</p> <p>Equipo Técnico: Casco, linterna frontal, gafas para glaciar y para viento, arnes, mosquetones, cordinos, 1 estaca para nieve, 2 tornillos para hielo, botas de altamontaña, crampones, piolet de marcha.</p> <p>Equipo accesorio: pasamontañas, gorra de lana, 1 capa vestimenta rompevientos/impermeable, 2 capas de vestimenta térmica, 1 par de guantes internos y un par de guantes mitones, medias térmicas, polainas, bloqueador solar</p> <p>Recomendación: La ropa no debe ser de algodón.</p> | |
| Cotas | Máxima | 4.920 m.s.n.m |
| | Minima | 4.800 m.s.n.m |
| | Subida | 1.463 m.s.n.m |

| | | |
|------------------------------------|---------------------|---|
| Desnivel (m) | Bajada | 1.463 m.s.n.m |
| | Total | 2.926 m.s.n.m |
| Distancia de la ruta: | | 24 Km |
| Lugar de partida: | | San Andrés |
| Lugar de llegada: | | Piedra de Bolívar -Arista del Sol |
| Época recomendada: | | Todo el año |
| Tipo de superficie | | Rocoso |
| Temperatura Ambiente: | | Mínima: 11 C Máxima: 15 C |
| Precipitación media Anual: | | 1619 mm |
| Requerimiento de Guía | | Obligatorio - Guía especializado en altamontaña o guía local |
| Localización Geográfica | | RPFCH - Coordenadas |
| Acceso | | Vía carrozable-caminata |
| Recorrido | | |
| | Recorrido Variante: | |
| Campamentos necesarios: | | |
| Equipo necesario: | | Botiquín de primeros auxilios |
| | Hidratación | Mínimo de 2 litros |
| Que no llevar: | | |
| Prestadores de servicios cercanos: | | Artesa (Hospedaje, alimentación, artesanía, guianza y porteadores) |
| Lugares cercanos de ayuda: | | Números de Emergencia: Grupo de Rescate ASEGUIM 0998341809,0992536922. Ecu 911 |
| IMPORTANTE | | Radios Handy 2 y GPS en el equipo |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

4.3.3 Actividades turísticas principales

Para aplicar las actividades a desarrollar en cada ruta se ha tomado en cuenta los resultados del análisis del perfil del turista y los atractivos en los que se ejecutarían:

Tabla 4-28: Actividades por ruta turística

| Rutas | Atractivos | Actividades |
|-----------------|------------------------------------|--|
| "Cóndor Samana" | Cascada Condor Samaná | Caminata, fotografía, interpretación de flora y fauna, interpretación. |
| | Estación de Urbina | |
| | Picapedreros de San Pablo | |
| | Monumento al patrono de San Andrés | |
| | Iglesia Central de San Andrés | |
| | Mirador Central "San Andrés" | |
| | Laguna verde | |
| | Glaciar Hans Meyer | |

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| "Glaciar Hans Meyer" | Cascada Condor Samaná | Caminata, fotografía, interpretación de flora y fauna, interpretación, snowboarding. |
| | Mural de "San Andrés" | |
| "Hieleros del Chimborazo" | Mina de Hielo Fósil | Caminata, fotografía, interpretación de flora y fauna, interpretación. |
| | Frutapamba | |
| | Centro Artesanal Artesa Choquipogyo | |
| | Centro artesanal de Pulinguí | |
| | Capilla de Lourdes | |
| "Piedra de Bolívar- Arista del Sol" | Piedra de Bolívar-Arista del Sol | Caminata, fotografía, interpretación de flora y fauna. |
| | Páramos del Sector del Portal Andino | |
| | Páramo de San Rafael | |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

4.3.4 Turismo inteligente

Se toma en consideración algunas de las herramientas tecnológicas de la tabla 4-39 con las cuales se promueve un turismo inteligente para implementar en el diseño de las rutas turísticas:

Tabla 4-29: Herramientas tecnológicas

| Herramientas Tecnológicas del Turismo Inteligente | | |
|---|---|---|
| Medios informativos digitales | Sitios Web | Booking, TripAdvisor, Airbnb, Kayak |
| | Redes sociales | Facebook, YouTube, Instagram, Tiktok |
| Aplicaciones de mensajería instantánea | WhatsApp Facebook Messenger Telegram | |
| Inteligencia artificial | Chatbot-facebook messenger Chatbot-WhatsApp Asistentes de voz Robots | |
| Realidad aumentada | Objetos digitales: Animaciones | |
| Realidad virtual | Dispositivos digitales: Experiencia sensorial en un ambiente artificial | |
| Internet de las cosas (IoT) | Dispositivos físicos que reciben y transfieren datos a través de redes inalámbricas | |
| Códigos QR | Escanear información digital | |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

A esto se agrega cargadores solares portátiles, videos interpretativos, aplicaciones de georreferenciación para marcar rutas, tiempo de duración, distancias como; Gaia GPS, registrar o identificar especies de flora y fauna como; Pl@ntNet, Ebird, iNaturalist y de astrofotografía las aplicaciones; Stellarium, Photopills, Planit Pro: Photo Planner, códigos QR con mapas digitales, tótems de sitio en los que se explica los atractivos turísticos que se promocionan.

4.3.5 Paquetes turísticos

Para la operación de las cuatro rutas se han elaborado paquetes turísticos técnicamente estructurados para cada uno. Estos conjuntos incorporan todas las actividades señaladas por el análisis de mercado y se ajusta a las necesidades de los distintos tipos de demanda identificados, también abarcan la oferta turística actual junto con los puntos de interés y los servicios disponibles a lo largo de la ruta. Se presentan en detalle los paquetes técnicos:

Tabla 4-30: Paquete 1 “Ruta Hieleros de Chimborazo”

| Nombre del paquete: Ruta hieleros de Chimborazo | | | |
|---|---|--|--|
| Código: 001 | Estilo: Caminata-Camping | | |
| Idioma de guianza: Español | Duración: 2 días-1noche | | |
| Recorrido: San Andrés-Pulinguí-Razu Ñam | Carácter: Aventura | | |
| Mercado objetivo: Turismo nacional | Grado de dificultad: Medio | | |
| Tiempo de actividades: Día 1 de 8:00 am a 21:00 pm, día 2 de 7:00 am a 16:00pm | Número de personas: Mínimo 2 personas Máximo 10 personas | | |
| ITINERARIO | | | |
| Día | Hora | Actividades | |
| 1 | 8:00am | Concentración y bienvenida en Riobamba | |
| | 8:20am | Salida a la parroquia de San Andrés | |
| | 8:45am | Desayuno en el restaurante “Casa vieja” | |
| | 10:00am | Recorrido por los atractivos | |
| | | A) Mural de San Andrés, Monumento de San Andrés, Mirador de San Andrés. B) Iglesia de San Andrés, Laguna Verde. | |
| | 11:00am | Traslado a la comunidad de Pulinguí: Interpretación cultural | |
| | 11:30am | Pulinguí: Visita al centro artesanal. | |
| | 12:15pm | Almuerzo en el centro de turismo comunitario Razu Ñam. | |
| | 14:30pm | Traslado al sendero de los Hieleros: Observación de las comunidades 4 Esquina. Zonas ganaderas, agrícolas. RPFCH, ecosistemas, flora, fauna. | |
| | 15:30pm | Inicio de la ruta: Caminata de aclimatación, observación paisajística. | |
| | 17:00pm | Armado de carpas. | |
| | 17:45pm | Descanso | |
| | 18:00pm | Merienda | |
| | 19:00pm | Noche cultural | |
| 20:00pm | Descanso en el campamento | | |

| | | |
|---|---|--|
| | 7:00am | Desayuno |
| | 8:00am | Caminata a la Mina de Hielo Fósil |
| | 10:30am | Llegada a la Mina de Hielo Fósil |
| | 11:00am | Demostración de la extracción de hielo y empaquetamiento. |
| | 12:30am | Box lunch |
| | 13:00pm | Retorno |
| | 15:00pm | Ciclismo de montaña desde el inicio de la ruta hasta 4 esquina (opcional) vehículo |
| | 15:45pm | Regreso a San Andrés |
| | 16:30pm | Almuerzo (Fritada) |
| | 17:00pm | Fin del recorrido |
| DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE | | |
| El paquete incluye: | Transporte Hospedaje (Equipamiento) Camping (carpa, bolsa de dormir, aislante, linterna frontal) Alimentación (2 desayunos, 2 almuerzos, 1 merienda y 1 box lunch) Guianza (Guía nativo o guía nacional especializado) Bicicleta, equipo de protección (protecciones, casco) Material informativo y botiquín de primeros auxilios. | |
| El paquete no incluye | Vestimenta (tres capas), guantes, gafas, protector solar, mochila, gorras. Gastos individuales o personales Comida o bebidas extras Productos extras Souvenirs | |
| Observaciones | El paquete está diseñado para turistas interesados en la naturaleza, flora, fauna, aventura y turismo comunitario. | |
| Requerimientos | Documentos personales para el registro de clientes Ropa abrigada y cómoda (adecuada) Protector solar Gafas, gorra, binoculares Cámara fotográfica Otros que el cliente considere necesarios | |
| Normas de comportamiento | Respeto a la naturaleza y los grupos sociales No botar basura No sustraerse biodiversidad de la zona No causar perjuicios a las zonas de visita Normas de comportamiento dentro de la RPFCH | |
| Restricciones para el viaje | Objetos de valor que no se hayan registrado Armas de fuego Armas cortopunzantes Drogas, joyas Bebidas alcohólicas Cigarrillos | |
| Facilidades y servicios turísticos | Transporte, alimentación, hospedaje y guianza. Senderos y señalética. | |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Tabla 4-31: Costos del paquete de la ruta del “Hieleros de Chimborazo”

| COSTO DEL TOUR | | | | | |
|---|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Costos generales | Precio USD | 1-2 pax | 3-4 pax | 5-6 pax | 7-10 pax |
| Transporte | \$ 50,00 | \$ 50,00 | \$ 50,00 | \$ 100,00 | \$ 150,00 |
| Guianza | \$ 80,00 | \$ 160,00 | \$ 160,00 | \$ 180,00 | \$ 200,00 |
| Ingreso a centros comunitarios | \$ 1,00 | \$ 2,00 | \$ 4,00 | \$ 6,00 | \$ 7,00 |
| Total costos generales | | \$ 106,00 | \$ 53,50 | \$ 47,67 | \$ 51,00 |
| Costos Individuales | | | | | |
| Entradas a lugares de visita | \$ 0,50 | \$ 1,00 | \$ 2,00 | \$ 3,00 | \$ 3,50 |
| Carpas, sleeping, aislante (Equipamiento) | \$ 25,00 | \$ 25,00 | \$ 25,00 | \$ 25,00 | \$ 50,00 |
| Bicicleta y equipamiento (Protecciones) | \$ 25,00 | \$ 50,00 | \$ 100,00 | \$ 150,00 | \$ 175,00 |
| Alimentación tradicional (3) Merienda, box lunch, desayuno | \$ 15,00 | \$ 30,00 | \$ 60,00 | \$ 90,00 | \$ 105,00 |
| Alimentación tipo menú (2) | \$ 5,00 | \$ 10,00 | \$ 20,00 | \$ 30,00 | \$ 35,00 |
| Total costos individuales | | \$ 116,00 | \$ 207,00 | \$ 298,00 | \$ 368,50 |
| Total Costos | | \$ 222,00 | \$ 260,50 | \$ 345,67 | \$ 419,50 |
| Gastos Administrativos | | | | | |
| Documentos legales de operación: Patente, registro en el SIB. | \$ 5,00 | \$ 5,00 | \$ 10,00 | \$ 10,00 | \$ 10,00 |
| Seguro (10%) | \$ 5,00 | \$ 10,00 | \$ 20,00 | \$ 30,00 | \$ 35,00 |
| Operadora de turismo (10%) | | \$ 22,20 | \$ 26,05 | \$ 34,57 | \$ 41,95 |
| Total de gastos | | \$ 37,20 | \$ 56,05 | \$ 74,57 | \$ 86,95 |
| Total costos y gastos | | \$ 259,20 | \$ 316,55 | \$ 420,23 | \$ 506,45 |
| IVA (12%) | | \$ 31,10 | \$ 37,99 | \$ 50,43 | \$ 60,77 |
| TOTAL | | \$ 290,30 | \$ 354,54 | \$ 470,66 | \$ 567,22 |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

El paquete turístico “Ruta del Hielero del Chimborazo” tiene una duración de dos días una noche, donde se realiza la visita a varios atractivos naturales y culturales como; La mina de Hielo Fósil, Valle de Frutapamba, miradores naturales de los volcanes Carihuairazo, Altar, Tungurahua, Cubillines, Quilimas, Igualata, con actividades de; senderismo, interpretación, observación del paisaje, camping, astrofotografía, extracción de hielo, y ciclismo de montaña. Se puede elegir

entre camping en las faldas del Volcán Chimborazo u hospedaje en los centros de Turismo Comunitario. El costo del programa es de \$290,30 para grupos desde dos personas, hasta \$567,22 dólares americanos para grupos de entre 7 a 10 personas.

Tabla 4-32: Paquete 2 “Ruta del Hielero del Chimborazo”

| Nombre del paquete: Ruta del Hielero del Chimborazo | | |
|---|--|--|
| Código: 002 | Estilo: Caminata-Camping | |
| Idioma de guianza: Español | Duración: 1 día | |
| Recorrido: San Andrés-Pulinguí-Razu Ñam | Carácter: Aventura | |
| Mercado objetivo: Turismo nacional-Internacional | Grado de dificultad: Medio | |
| Tiempo de actividades: Día 1 de 7:00 am a 17:20 pm | Número de personas: Mínimo 2 personas Máximo 10 personas | |
| ITINERARIO | | |
| Día | Hora | Actividades |
| 1 | 07:00am | Concentración y bienvenida en Riobamba |
| | 07:20am | Salida a la parroquia de San Andrés |
| | 07:45am | Desayuno en el restaurante “Casa vieja” |
| | 08:45am | Traslado a la comunidad de Pulinguí: Visita al centro artesanal. |
| | 09:15am | Almuerzo en el centro de turismo comunitario Razu Ñam. |
| | 10:15am | Traslado al sendero de los Hieleros: Observación y explicación paisajística. |
| | 11:00am | Caminata a la Mina de Hielo Fósil |
| | 13:00am | Llegada a la Mina de Hielo Fósil |
| | 13:45pm | Demostración de la extracción de hielo y empaquetamiento. |
| | 14:30pm | Box lunch |
| | 15:00pm | Retorno |
| | 16:30pm | Ciclismo de montaña desde el inicio de la ruta hasta 4 esquinas. |
| | 17:00pm | Regreso a Riobamba |
| 17:20pm | Fin del recorrido | |
| DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE | | |
| El paquete incluye | Transporte Alimentación (1 desayuno, 1 almuerzo y 1 box lunch) Guianza (Guía nativo o guía nacional especializado) Bicicleta, equipo de protección (protecciones, casco) Material informativo y botiquín de primeros auxilios. | |
| El paquete no incluye | Vestimenta (tres capas), guantes, gafas, protector solar, mochila Gastos individuales o personales Comida o bebidas extras Productos extras Souvenirs, propinas | |
| Observaciones | El paquete está diseñado para turistas interesados en la naturaleza, flora, fauna, aventura y turismo comunitario. | |
| Requerimientos | Documentos personales para el registro de clientes Ropa abrigada y cómoda (adecuada) Protector solar, binoculares Gafas, gorra, guantes | |

| | |
|---|---|
| | Cámara fotográfica Otros que el cliente considere necesarios |
| Normas de comportamiento | Respeto a la naturaleza y los grupos sociales No botar basura No sustraerse biodiversidad de la zona No causar perjuicios a las zonas de visita Normas de comportamiento dentro de la RPFCH |
| Restricciones para el viaje | Objetos de valor que no se hayan registrado Armas de fuego Armas cortopunzantes Drogas, joyas Bebidas alcohólicas Cigarrillos |
| Facilidades y servicios turísticos | Transporte, alimentación, hospedaje y guianza Senderos y señalética. |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Tabla 4-33: Costos del paquete de la ruta del Hielero del Chimborazo

| COSTO DEL TOUR | | | | | |
|---|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Costos generales | Precio USD | 1-2 pax | 3-4 pax | 5-6 pax | 7-10 pax |
| Transporte | \$ 50,00 | \$ 50,00 | \$ 50,00 | \$ 100,00 | \$ 150,00 |
| Guianza | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 130,00 | \$ 160,00 |
| Ingreso a centros comunitarios | \$ 1,00 | \$ 2,00 | \$ 4,00 | \$ 6,00 | \$ 7,00 |
| Total costos generales | | \$ 66,00 | \$ 33,50 | \$ 39,33 | \$ 45,29 |
| Costos Individuales | | | | | |
| Alimentación tradicional (3) Merienda, box lunch, desayuno. | \$ 15,00 | \$ 30,00 | \$ 60,00 | \$ 90,00 | \$ 105,00 |
| Bicicleta y equipamiento (Protecciones) | \$ 25,00 | \$ 50,00 | \$ 100,00 | \$ 150,00 | \$ 175,00 |
| Total costos individuales | | \$ 80,00 | \$ 160,00 | \$ 240,00 | \$ 280,00 |
| Total Costos | | \$ 146,00 | \$ 193,50 | \$ 279,33 | \$ 325,29 |
| Gastos Administrativos | | | | | |
| Documentos legales de operación: Patente, registro en el SIB. | \$ 5,00 | \$ 5,00 | \$ 10,00 | \$ 10,00 | \$ 10,00 |
| Seguro (10%) | \$ 5,00 | \$ 10,00 | \$ 20,00 | \$ 30,00 | \$ 40,00 |
| Operadora de turismo (10%) | | \$ 14,60 | \$ 19,35 | \$ 27,93 | \$ 32,53 |
| Total de gastos | | \$ 29,60 | \$ 49,35 | \$ 67,93 | \$ 82,53 |
| Total costos y gastos | | \$ 175,60 | \$ 242,85 | \$ 347,27 | \$ 407,81 |
| IVA (12%) | | \$ 21,07 | \$ 29,14 | \$ 41,67 | \$ 48,94 |
| TOTAL | | \$ 196,67 | \$ 271,99 | \$ 388,94 | \$ 456,75 |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

El paquete turístico “Ruta del Hielero del Chimborazo” tiene una duración de un día, donde se realiza la visita a varios atractivos naturales y culturales como; La mina de Hielo Fósil, Valle de Frutapamba, miradores naturales de los volcanes Carihuairazo, Altar, Tungurahua, Cubillines, Quilimas, Igualata, con actividades de; senderismo, interpretación, observación del paisaje, extracción de hielo, y ciclismo de montaña. El costo del programa es de \$196,67 para grupos desde dos personas, hasta \$456,75 dólares americanos para grupos de entre 7 a 10 personas.

Tabla 4-34: Paquete 3 “Ruta Cascada Cóndor Samana”

| Nombre del paquete: Ruta Cascada Cóndor Samana | | |
|---|---|--|
| Código: 003 | Estilo: Caminata-Camping | |
| Idioma de guianza: Español | Duración: 2 días-1 noche | |
| Recorrido: Cóndor Samana, Urbina, San Pablo. | Carácter: Aventura | |
| Mercado objetivo: Turismo nacional-Internacional | Grado de dificultad: Medio | |
| Tiempo de actividades: Día 1 de 8:00 am a 20:00 pm, día 2 de 7:00 am a 17:30pm | Número de personas: Mínimo 2 personas Máximo 10 personas | |
| ITINERARIO | | |
| Día | Hora | Actividades |
| 1 | 08H00 | Concentración y bienvenida en Riobamba |
| | 08H20 | Salida a la parroquia de San Andrés |
| | 08H45 | Desayuno en el restaurante “Casa vieja” |
| | 08H30 | Traslado a la comunidad de Cóndor Samana. |
| | 09H30 | Visita a los Picapedreros (Artesanos) |
| | 10H00 | Apreciación de los diseños fabricados por los picapedreros |
| | 10H30 | Visita a la estación de Urbina (Interpretación del Tren del Hielo) |
| | 11H00 | Almuerzo en el centro de turismo comunitario. |
| | 12H00 | Traslado al sendero de la Cascada Cóndor Samana: Observación y explicación paisajística. |
| | 13H00 | Cabalgata a la cascada Cóndor Samana |
| | 14H30 | Llegada a la cascada Cóndor Samana. |
| | 15H00 | Caminata a Urcu Wazi-Rodrigo Donoso |
| | 17H30 | Camping y fotografías paisajísticas |
| | 18H30 | Merienda y descanso |
| | 19H30 | Noche cultural/Astrofotografías |
| 20H00 | Descanso y fin del primer día | |
| 2 | 07H00 | Cabalgata al mirador del Carihuairazo |
| | 08H30 | Desayuno |
| | 09H00 | Caminata al sector de Razurco |
| | 11H00 | Visita a varias lagunas/ Visita el sitio en el que se estrelló el avión de Saeta/ Fotografías, avistamiento fauna silvestre. |
| | 12H00 | Cruce de la zona el Tragadero/ Glaciares fósiles-Interpretación |
| | 13H00 | Box Lunch |
| | 13H45 | Vista al ramal de Bosque Quillo Machay (Birdwatching) |
| | 15H00 | Ciclismo de retorno desde el sendero hasta San Andrés |
| | 16H30 | Traslado de San Andrés a Guano y almuerzo (Fritada) |
| | 17H30 | Fin del recorrido |

| DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE | |
|---|---|
| El paquete incluye: | Transporte Hospedaje (Equipamiento) Camping (carpa, bolsa de dormir, aislante, linterna frontal) Alimentación (2 desayunos, 2 almuerzos, 1 merienda y 1 box lunch) Guianza (Guía nativo o guía nacional especializado) Equinos y arrieros con equipamiento (Protecciones) Bicicleta, equipo de protección (protecciones, casco) Material informativo y botiquín de primeros auxilios. |
| El paquete no incluye | Vestimenta (tres capas), guantes, gafas, protector solar, mochila, gorras. Gastos individuales o personales Comida o bebidas extras Productos extras Souvenirs |
| Observaciones | El paquete está diseñado para turistas interesados en la naturaleza, flora, fauna, aventura y turismo comunitario. |
| Requerimientos | Documentos personales para el registro de clientes Ropa abrigada y cómoda (adecuada) Protector solar Gafas, gorra Cámara fotográfica Otros que el cliente considere necesarios |
| Normas de comportamiento | Respeto a la naturaleza y los grupos sociales No botar basura No sustraerse biodiversidad de la zona No causar perjuicios a las zonas de visita Normas de comportamiento dentro de la RPFCH |
| Restricciones para el viaje | Objetos de valor que no se hayan registrado Armas de fuego Armas cortopunzantes Drogas, joyas Bebidas alcohólicas Cigarrillos |
| Facilidades y servicios turísticos | Transporte, alimentación, hospedaje y guianza Senderos y señalética. |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Tabla 4-35: Costos del paquete de la ruta “Cascada de Cóndor Samana”

| COSTO DEL TOUR | | | | | |
|--------------------------------|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Costos generales | Precio USD | 1-2 pax | 3-4 pax | 5-6 pax | 7-10 pax |
| Transporte | \$ 50,00 | \$ 50,00 | \$ 50,00 | \$ 100,00 | \$ 150,00 |
| Guianza | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 120,00 | \$ 150,00 |
| Ingreso a centros comunitarios | \$ 1,00 | \$ 2,00 | \$ 4,00 | \$ 6,00 | \$ 7,00 |
| Total costos generales | | \$ 66,00 | \$ 33,50 | \$ 37,67 | \$ 43,86 |
| Costos Individuales | | | | | |

| | | | | | |
|---|----------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Carpas, sleeping, aislante (Equipamiento) | \$ 25,00 | \$ 25,00 | \$ 25,00 | \$ 25,00 | \$ 50,00 |
| Alimentación tradicional (3) Merienda, box lunch, desayuno. | \$ 15,00 | \$ 30,00 | \$ 60,00 | \$ 90,00 | \$ 105,00 |
| Alimentación tipo menú (2) | \$ 5,00 | \$ 10,00 | \$ 20,00 | \$ 30,00 | \$ 35,00 |
| Equinos | \$ 25,00 | \$ 50,00 | \$ 100,00 | \$ 150,00 | \$ 175,00 |
| Arrieros con equipamiento (Protecciones) | \$ 25,00 | \$ 25,00 | \$ 25,00 | \$ 50,00 | \$ 75,00 |
| Bicicleta y equipamiento (Protecciones) | \$ 25,00 | \$ 50,00 | \$ 100,00 | \$ 150,00 | \$ 250,00 |
| Total costos individuales | | \$ 190,00 | \$ 330,00 | \$ 495,00 | \$ 690,00 |
| Total Costos | | \$ 256,00 | \$ 363,50 | \$ 532,67 | \$ 733,86 |
| Gastos Administrativos | | | | | |
| Documentos legales de operación: Patente, registro en el SIB. | \$ 5,00 | \$ 5,00 | \$ 10,00 | \$ 10,00 | \$ 10,00 |
| Seguro (10%) | \$ 5,00 | \$ 10,00 | \$ 20,00 | \$ 30,00 | \$ 35,00 |
| Operadora de turismo (10%) | | \$ 25,60 | \$ 36,35 | \$ 53,27 | \$ 73,39 |
| Total de gastos | | \$ 40,60 | \$ 66,35 | \$ 93,27 | \$ 118,39 |
| Total costos y gastos | | \$ 296,60 | \$ 429,85 | \$ 625,93 | \$ 852,24 |
| IVA (12%) | | \$ 35,59 | \$ 51,58 | \$ 75,11 | \$ 102,27 |
| TOTAL | | \$ 332,19 | \$ 481,43 | \$ 701,05 | \$ 954,51 |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

El paquete turístico “Cascada de Cóndor Samana” tiene una duración de dos días una noche, donde se realiza la visita a varios atractivos naturales y culturales como; Picapedreros de San Pablo, Urbina, la cascada de Cóndor Samana que por su formación natural se presenta la forma de un cóndor con las alas abiertas, Urku Wazi, Razurco, lagunas, restos del accidente del avión de Saeta, glaciares fósiles, bosque Quillo Machay y miradores naturales de los volcanes Carihuairazo, Altar, Tungurahua, Cubillines, Quilimas, Igualata, con actividades de; senderismo, interpretación, observación del paisaje, camping, astrofotografía, cabalgata y ciclismo de montaña. Se puede elegir entre camping en las faldas del Volcán Chimborazo u hospedaje en los centros de Turismo Comunitario. El costo del programa es de \$332,19 para grupos desde dos personas, hasta \$954,51 dólares americanos para grupos de entre 7 a 10 personas.

Tabla 4-36: Paquete “Ruta Cascada Cóndor Samana”

| Nombre del paquete: Ruta Cascada Cóndor Samana | | |
|---|--|--|
| Código: 004 | Estilo: Caminata | |
| Idioma de guianza: Español | Duración: 1 día | |
| Recorrido: Cóndor Samana, Urbina, San Pablo. | Carácter: Aventura | |
| Mercado objetivo: Turismo nacional-Internacional | Grado de dificultad: Medio | |
| Tiempo de actividades: Día 1 de 7:00 am a 18:00 pm | Número de personas: Mínimo 2 personas Máximo 10 personas | |
| ITINERARIO | | |
| Día | Hora | Actividades |
| 1 | 07:00am | Concentración y bienvenida en Riobamba |
| | 07:20am | Salida a la parroquia de San Andrés |
| | 07:45am | Desayuno en el restaurante “Casa vieja” |
| | 08:45am | Traslado a la comunidad de Cóndor Samana. |
| | 09h30 | Visita a los Picapedreros (Artesanos) |
| | 10h00 | Apreciación de los diseños fabricados por los picapedreros |
| | 10h30 | Visita a la estación de Urbina (Interpretación del Tren del Hielo) |
| | 11H00 | Almuerzo en el centro de turismo comunitario. |
| | 12H00 | Traslado al sendero de la Cascada Cóndor Samana: Observación y explicación paisajística. |
| | 13H00 | Caminata a la cascada Cóndor Samana |
| | 15H30 | Llegada a la cascada Cóndor Samana |
| | 16H00 | Fotografía profesional |
| | 16H30 | Box lunch |
| | 17H00 | Ciclismo de retorno a la parroquia de San Andrés |
| 18H00 | Regreso a Riobamba y fin del recorrido | |
| DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE | | |
| El paquete incluye | Transporte Alimentación (1 desayuno, 1 almuerzo y 1 box lunch) Guianza (Guía nativo o guía nacional especializado) Bicicleta, equipo de protección (protecciones, casco) Material informativo y botiquín de primeros auxilios. | |
| El paquete no incluye | Vestimenta (tres capas), guantes, gafas, protector solar, mochila Gastos individuales o personales Comida o bebidas extras Productos extras Souvenirs | |
| Observaciones | El paquete está diseñado para turistas interesados en la naturaleza, flora, fauna, aventura y turismo comunitario. | |
| Requerimientos | Documentos personales para el registro de clientes Ropa abrigada y cómoda (adecuada) Protector solar Gafas, gorra, guantes Cámara fotográfica Otros que el cliente considere necesarios | |
| Normas de comportamiento | Respeto a la naturaleza y los grupos sociales No botar basura | |

| | |
|---|--|
| | No sustraerse biodiversidad de la zona No causar perjuicios a las zonas de visita Normas de comportamiento dentro de la RPFCH |
| Restricciones para el viaje | Objetos de valor que no se hayan registrado Armas de fuego Armas cortopunzantes Drogas, joyas Bebidas alcohólicas Cigarrillos |
| Facilidades y servicios turísticos | Transporte, alimentación, hospedaje y guianza Senderos y señalética. |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Tabla 4-37: Costos del paquete de la ruta “Cascada de Cóndor Samana”

| COSTO DEL TOUR | | | | | |
|---|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Costos generales | Precio USD | 1-2 pax | 3-4 pax | 5-6 pax | 7-10 pax |
| Transporte | \$ 50,00 | \$ 50,00 | \$ 50,00 | \$ 100,00 | \$ 150,00 |
| Guianza | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 130,00 | \$ 160,00 |
| Ingreso a centros comunitarios | \$ 1,00 | \$ 2,00 | \$ 4,00 | \$ 6,00 | \$ 7,00 |
| Total costos generales | | \$ 66,00 | \$ 33,50 | \$ 39,33 | \$ 45,29 |
| Costos Individuales | | | | | |
| Alimentación tradicional (3) Merienda, box lunch, desayuno. | \$ 15,00 | \$ 30,00 | \$ 60,00 | \$ 90,00 | \$ 150,00 |
| Bicicleta y equipamiento (Protecciones) | \$ 25,00 | \$ 50,00 | \$ 100,00 | \$ 150,00 | \$ 175,00 |
| Total costos individuales | | \$ 80,00 | \$ 160,00 | \$ 240,00 | \$ 325,00 |
| Total Costos | | \$ 146,00 | \$ 193,50 | \$ 279,33 | \$ 370,29 |
| Gastos Administrativos | | | | | |
| Documentos legales de operación: Patente, registro en el SIB. | \$ 5,00 | \$ 5,00 | \$ 10,00 | \$ 10,00 | \$ 10,00 |
| Seguro (10%) | \$ 5,00 | \$ 10,00 | \$ 20,00 | \$ 30,00 | \$ 50,00 |
| Operadora de turismo (10%) | | \$ 14,60 | \$ 19,35 | \$ 27,93 | \$ 37,03 |
| Total de gastos | | \$ 29,60 | \$ 49,35 | \$ 67,93 | \$ 97,03 |
| Total costos y gastos | | \$ 175,60 | \$ 242,85 | \$ 347,27 | \$ 467,31 |
| IVA (12%) | | \$ 21,07 | \$ 29,14 | \$ 41,67 | \$ 56,08 |
| TOTAL | | \$ 196,67 | \$ 271,99 | \$ 388,94 | \$ 523,39 |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

El paquete turístico “Cascada de Cóndor Samana” tiene una duración de un día, donde se realiza la visita a varios atractivos naturales y culturales como; Picapedreros de San Pablo, Urbina y su tren de Hielo, la cascada de Cóndor Samana un sitio sagrado para la cosmovisión andina que por su formación natural se presenta la forma de un cóndor con las alas abiertas, con actividades de senderismo, interpretación, observación del paisaje y ciclismo de montaña. El costo del programa es de \$196,67 para grupos desde dos personas, hasta \$523,39 dólares americanos para grupos de entre 7 a 10 personas.

Tabla 4-38: Paquete “Ruta del Glacial Hans Meyer”

| Nombre del paquete: Ruta del Glacial Hans Meyer | | |
|---|--|--|
| Código: 005 | Estilo: Caminata-Camping | |
| Idioma de guianza: Español | Duración: 2 días-1 noche | |
| Recorrido: Calshi, San Rafael, Glaciar Hans Meyer. | Carácter: Aventura | |
| Mercado objetivo: Turismo nacional | Grado de dificultad: Medio-Alto | |
| Tiempo de actividades: Día 1 de 8:00 am a 19:00 pm, día 2 de 6:00 am a 17:30pm | Número de personas: Mínimo 2 personas Máximo 10 personas | |
| ITINERARIO | | |
| Día | Hora | Actividades |
| 1 | 8H00 | Concentración y bienvenida en Riobamba |
| | 8H20 | Salida a la parroquia de San Andrés |
| | 8H45 | Desayuno en el restaurante “Casa vieja” |
| | 9H45 | Traslado al Valle de abras/ Parada en el cañón de la Chorrera |
| | 11H45 | Arribo al Valle de abras / Visita Laguna Negra |
| | 12H30 | Camina al Sector de Cocha Colorada |
| | 15H00 | Arribo a Cocha Colorada/ Almuerzo |
| | 16H00 | Visita al Glaciar Hans Meyer e interpretación |
| | 17H30 | Retorno al Camping/Astrofotografía |
| | 18H30 | Merienda |
| 19H00 | Descanso en el campamento | |
| 2 | 06H30 | Caminata al mirador del Carihuairazo |
| | 08H00 | Desayuno |
| | 09H00 | Caminata al sector de Razurco |
| | 11H00 | Visita a varias lagunas/ Visita el sitio en el que se estrelló el avión de Saeta/ Fotografías, avistamiento fauna silvestre. |
| | 12H00 | Cruce de la zona el Tragadero/ Glaciares fósiles-Interpretación |
| | 13H00 | Box Lunch |
| | 13H45 | Vista al ramal de Bosque Quillo Machay (birdwatching) |
| | 15H00 | Regreso en vehículo a Guano |
| | 16H30 | Almuerzo (Fritada) |
| | 17H30 | Fin del recorrido |
| DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE | | |
| El paquete incluye: | Transporte Hospedaje (Equipamiento) Camping (carpa, bolsa de dormir, aislante, linterna frontal) Alimentación (2 desayunos, 2 almuerzos, 1 merienda y 1 box lunch) | |

| | |
|---|---|
| | Guianza (Guía nativo o guía nacional especializado) Material informativo y botiquín de primeros auxilios. |
| El paquete no incluye | Vestimenta (tres capas), guantes, gafas, protector solar, mochila, gorras. Gastos individuales o personales Comida o bebidas extras Productos extras Souvenirs |
| Observaciones | El paquete está diseñado para turistas interesados en la naturaleza, flora, fauna, aventura y turismo comunitario. |
| Requerimientos | Documentos personales para el registro de clientes Ropa abrigada y cómoda (adecuada) Protector solar Gafas, gorra Cámara fotográfica Otros que el cliente considere necesarios |
| Normas de comportamiento | Respeto a la naturaleza y los grupos sociales No botar basura No sustraerse biodiversidad de la zona No causar perjuicios a las zonas de visita Normas de comportamiento dentro de la RPFCH |
| Restricciones para el viaje | Objetos de valor que no se hayan registrado Armas de fuego Armas cortopunzantes Drogas, joyas Bebidas alcohólicas Cigarrillos |
| Facilidades y servicios turísticos | Transporte, alimentación, hospedaje y guianza Senderos y señalética. |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Tabla 4-39: Costos de la ruta del “Glaciar Hans Meyer”

| COSTO DEL TOUR | | | | | |
|--------------------------------|------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Costos generales | Precio USD | 1-2 pax | 3-4 pax | 5-6 pax | 7-10 pax |
| Transporte | \$ 50,00 | \$ 50,00 | \$ 50,00 | \$ 100,00 | \$ 150,00 |
| Guianza | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 120,00 | \$ 150,00 |
| Ingreso a centros comunitarios | \$ 1,00 | \$ 2,00 | \$ 4,00 | \$ 6,00 | \$ 7,00 |
| Total costos generales | | \$ 66,00 | \$ 33,50 | \$ 37,67 | \$ 43,86 |
| Costos Individuales | | | | | |
| Entradas a lugares de visita | \$ 0,50 | \$ 1,00 | \$ 2,00 | \$ 3,00 | \$ 3,50 |

| | | | | | |
|---|----------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Carpas, sleeping, aislante (Equipamiento) | \$ 25,00 | \$ 25,00 | \$ 25,00 | \$ 25,00 | \$ 50,00 |
| Alimentación tradicional (3) Desayuno, box lunch, merienda | \$ 15,00 | \$ 30,00 | \$ 60,00 | \$ 90,00 | \$ 105,00 |
| Alimentación tipo menú (2) | \$ 5,00 | \$ 10,00 | \$ 20,00 | \$ 30,00 | \$ 35,00 |
| Total costos individuales | | \$ 66,00 | \$ 107,00 | \$ 148,00 | \$ 193,50 |
| Total Costos | | \$ 132,00 | \$ 140,50 | \$ 185,67 | \$ 237,36 |
| Gastos Administrativos | | | | | |
| Documentos legales de operación: Patente, registro en el SIB. | \$ 5,00 | \$ 5,00 | \$ 10,00 | \$ 10,00 | \$ 10,00 |
| Seguro (10%) | \$ 5,00 | \$ 10,00 | \$ 20,00 | \$ 30,00 | \$ 35,00 |
| Operadora de turismo (10%) | | \$ 13,20 | \$ 14,05 | \$ 18,57 | \$ 23,74 |
| Total de gastos | | \$ 28,20 | \$ 44,05 | \$ 58,57 | \$ 68,74 |
| Total costos y gastos | | \$ 160,20 | \$ 184,55 | \$ 244,23 | \$ 306,09 |
| IVA (12%) | | \$ 19,22 | \$ 22,15 | \$ 29,31 | \$ 36,73 |
| TOTAL | | \$ 179,42 | \$ 206,70 | \$ 273,54 | \$ 342,82 |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

El paquete turístico “Glaciar Hans Meyer” tiene una duración de dos días una noche, donde se realiza la visita a varios atractivos naturales y culturales como; El Valle de Abras que proviene de los deshielos de los nevados Chimborazo y Carihuirazo, Laguna Negra, cañón de la Chorrera, restos del accidente del avión de Saeta, miradores naturales a los volcanes, el bosque Quillo Machay y el Glaciar Hans Meyer restos fósiles de la Pequeña Edad Glaciar con actividades de senderismo, interpretación, observación del paisaje, camping, astrofotografía. El costo del programa es de \$179,42 para grupos desde dos personas, hasta \$342,82 dólares americanos para grupos de entre 7 a 10 personas.

Tabla 4-40: Paquete "Ruta de la Piedra de Bolívar"

| | |
|---|----------------------------------|
| Nombre del paquete: Ruta de la Piedra de Bolívar | |
| Código: 006 | Estilo: Caminata |
| Idioma de guianza: Español | Duración: 2 días, 1 noche |

| | | | |
|--|---|--|--|
| Recorrido: Piedra de Bolívar-Portal Andino | | Carácter: Aventura | |
| Mercado objetivo: Turismo nacional-Internacional | | Grado de dificultad: Medio | |
| Tiempo de actividades: Día 1 de 7:00 am a 19:00 pm, día 2 de 6:30 am a 16:00pm | | Número de personas: Mínimo 2 personas Máximo 10 personas. | |
| ITINERARIO | | | |
| Día | Hora | Actividades | |
| 1 | 07:00am | Concentración y bienvenida en Riobamba | |
| | 07:20am | Salida a la parroquia de San Andrés | |
| | 07:45am | Desayuno en el restaurante “Casa vieja” | |
| | 09H00 | Recorrido por los atractivos del centro parroquial | |
| | | A) Mural de San Andrés, Monumento de San Andrés, Mirador de San Andrés. B) Iglesia de San Andrés, Laguna Verde. | |
| | 10H00 | Traslado a la comunidad de San Rafael de Chuquipogyo | |
| | 10H45 | Observación de artesanías | |
| | 11H15 | Almuerzo en el centro de turismo comunitario. | |
| | 12H30 | Inicio de cabalgata hacia lagunas mágicas | |
| | 14H00 | Llegada a las lagunas/observación e interpretación del paisaje | |
| | 15H45 | Camping en la base de la Piedra Negra. | |
| | 17H00 | Caminata al mirador de la Arista del Sol | |
| | 18H00 | Retorno al campamento y cena | |
| | 18H45 | Noche cultural/Astrofotografías | |
| 19H30 | Descanso y fin del primer día | | |
| 2 | 06H30 | Desayuno | |
| | 07H30 | Caminata a la Piedra Negra | |
| | 09H30 | Retorno a la zona de camping | |
| | 11H00 | Caminata de descenso a la parroquia | |
| | 13H00 | Visita a los Picapedreros | |
| | 14H00 | Arribo al centro poblado de San Andrés y almuerzo | |
| | 15H30 | Evaluación de satisfacción del viaje a los turistas | |
| | 16H00 | Despedida y fin del tour | |
| DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE | | | |
| El paquete incluye | Transporte Hospedaje (Equipamiento) Camping (carpa, bolsa de dormir, aislante, linterna frontal) Alimentación (2 desayunos, 2 almuerzos, 1 merienda y 1 box lunch) Guianza (Guía nativo o guía nacional especializado) Caballos y arrieros con equipo de protección. Material informativo y botiquín de primeros auxilios. | | |
| El paquete no incluye | Vestimenta (tres capas), guantes, gafas, protector solar, mochila, gorras. Gastos individuales o personales Comida o bebidas extras Productos extras Souvenirs | | |
| Observaciones | El paquete está diseñado para turistas interesados en la naturaleza, flora, fauna, aventura y turismo comunitario. | | |
| Requerimientos | Documentos personales para el registro de clientes Ropa abrigada y cómoda (adecuada) | | |

| | |
|---|---|
| | Protector solar Gafas, gorra, guantes Cámara fotográfica Otros que el cliente considere necesarios |
| Normas de comportamiento | Respeto a la naturaleza y los grupos sociales No botar basura No sustraerse biodiversidad de la zona No causar perjuicios a las zonas de visita Normas de comportamiento dentro de la RPFCH |
| Restricciones para el viaje | Objetos de valor que no se hayan registrado Armas de fuego Armas cortopunzantes Drogas, joyas Bebidas alcohólicas Cigarrillos |
| Facilidades y servicios turísticos | Transporte, alimentación, hospedaje y guianza Senderos y señalética. |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Tabla 4-41: Costos de la ruta “Piedra de Bolívar”

| COSTO DEL TOUR | | | | | |
|--|------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Costos generales | Precio USD | 1-2 pax | 3-4 pax | 5-6 pax | 7-10 pax |
| Transporte | \$ 50,00 | \$ 50,00 | \$ 50,00 | \$ 100,00 | \$ 150,00 |
| Guianza | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 120,00 | \$ 150,00 |
| Total costos generales | | \$ 65,00 | \$ 32,50 | \$ 36,67 | \$ 42,86 |
| Costos Individuales | | | | | |
| Entradas a lugares de visita | \$ 0,50 | \$ 1,00 | \$ 2,00 | \$ 3,00 | \$ 3,50 |
| Carpas, sleeping, aislante (Equipamiento) | \$ 25,00 | \$ 25,00 | \$ 25,00 | \$ 25,00 | \$ 50,00 |
| Alimentación tradicional (3) Merienda, box lunch, desayuno | \$ 15,00 | \$ 30,00 | \$ 60,00 | \$ 90,00 | \$ 105,00 |
| Alimentación tipo menú (2) | \$ 5,00 | \$ 10,00 | \$ 20,00 | \$ 30,00 | \$ 35,00 |
| Equinos | \$ 25,00 | \$ 50,00 | \$ 100,00 | \$ 150,00 | \$ 175,00 |
| Arrieros con equipamiento (Protecciones) | \$ 25,00 | \$ 25,00 | \$ 25,00 | \$ 50,00 | \$ 75,00 |
| Total costos individuales | | \$ 141,00 | \$ 232,00 | \$ 348,00 | \$ 443,50 |
| Total Costos | | \$ 206,00 | \$ 264,50 | \$ 384,67 | \$ 486,36 |

| | | | | | |
|---|---------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Gastos Administrativos | | | | | |
| Documentos legales de operación: Patente, registro en el SIB. | \$ 5,00 | \$ 5,00 | \$ 10,00 | \$ 10,00 | \$ 10,00 |
| Seguro (10%) | \$ 5,00 | \$ 10,00 | \$ 20,00 | \$ 30,00 | \$ 35,00 |
| Operadora de turismo (10%) | | \$ 20,60 | \$ 26,45 | \$ 38,47 | \$ 48,64 |
| Total de gastos | | \$ 35,60 | \$ 56,45 | \$ 78,47 | \$ 93,64 |
| Total costos y gastos | | \$ 241,60 | \$ 320,95 | \$ 463,13 | \$ 579,99 |
| IVA (12%) | | \$ 28,99 | \$ 38,51 | \$ 55,58 | \$ 69,60 |
| TOTAL | | \$ 270,59 | \$ 359,46 | \$ 518,71 | \$ 649,59 |

Realizado por: Barrigas, T., 2023

El paquete turístico “Glaciar Hans Meyer” tiene una duración de dos días una noche, donde se realiza la visita a varios atractivos naturales y culturales como; la Iglesia de San Andrés, comunidad de San Rafael de Chuquipogoyo y sus artesanías, las lagunas mágicas, la Piedra Negra, el mirador de la Arista del Sol, los Picapedreros de San Pablo con sus artesanías tradicionales de generación en generación, con actividades de; senderismo, interpretación, observación del paisaje, camping, astrofotografía y cabalgata. Se puede elegir entre camping en las faldas del Volcán Chimborazo u hospedaje en los centros de Turismo Comunitario. El costo del programa es de \$270,59 para grupos desde dos personas, hasta \$649,59 dólares americanos para grupos de entre 7 a 10 personas.

4.3.6 Diseño de facilidades

4.3.6.1 Señalización

La señalización que se pretende implementar son principalmente pictogramas viales con poste y tótems de sitio, diseñados bajo las especificaciones que dicta el Manual de Señalización Turística (MINTUR, 2020, pp.22-155) que se detalla a continuación:

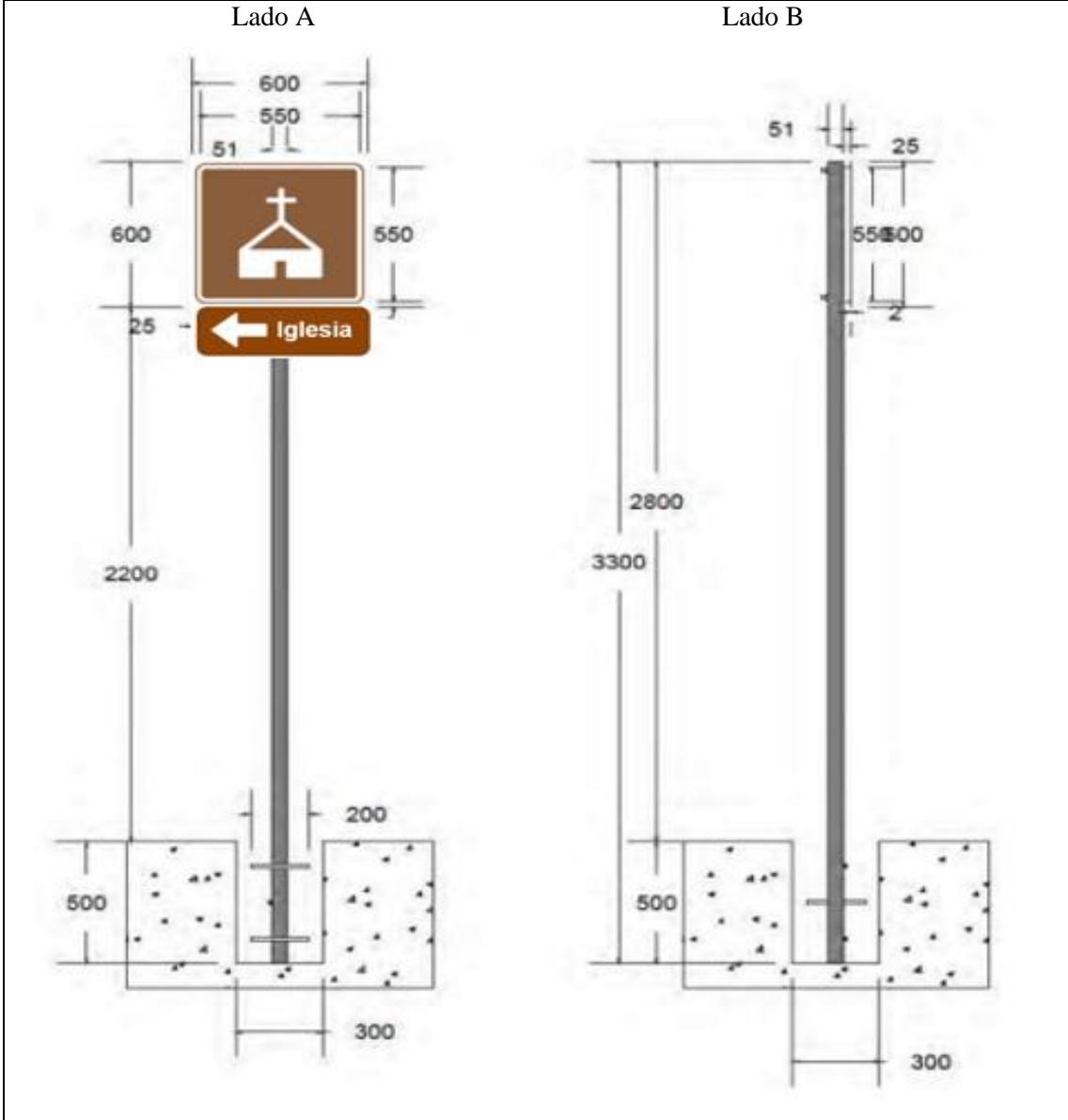
Tabla 4-42: Ficha de señales viales

| Sistema de señalización turística para la zona urbana de la parroquia de San Andrés | | |
|--|---------------------------|---------------------|
| Tipo de la señal: | Señales viales | Señal N.º 01 |
| Nombre de la señal: | Pictograma vial con poste | |

Sistema de señalización turística para la zona urbana de la parroquia de San Andrés

| | | |
|-----------------------------|---|---|
| Función de la señal: | Facilitar la localización espacial y desplazamiento del visitante en el destino | Ubicación de la señal: Se colocarán en la vía o en el sitio donde se encuentra el atractivo o servicio |
|-----------------------------|---|---|

Diseño gráfico



Leyenda

La señalización plasmada es la representación gráfica del atractivo, adicional contiene una señal complementaria siendo una claqueta que contiene una combinación de flechas y el nombre del atractivo o servicio.

Materiales

| Sistema de señalización turística para la zona urbana de la parroquia de San Andrés | |
|---|--|
| <p>Para los materiales de construcción: las pantallas de las señales son con material retrorreflectivo, constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm; medidas: 600 mm x 600 mm; para los pictogramas que contienen placa complementaria, se estableció las siguientes dimensiones: medidas de la placa: 600 mm x 200 mm</p> | |
| <p>Para los materiales de cimentación: deben ser cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² fundidos en sitio, con la finalidad de soportar la estructura, para nivelar la señal; tendrán las siguientes dimensiones mínimas: largo 300 mm, ancho 300 mm y profundidad 500 mm</p> | |
| Mantenimiento | |
| Supervisión cada 3 años por el tiempo de exposición a la intemperie de rayos UV y vandalismo o deterioro | |
| Tiempo de ejecución | |
| El tiempo de ejecución es de 180 días laborables para todos los medios | |
| Observaciones | |
| <p>Esta ficha es la referencia para elaborar 1 pictograma vial con poste el cual está especificado en la tabla 4-37. Se debe mantener las especificaciones del Manual de Señalización Turística (MINTUR, 2020, pp.85-96).</p> <p>En casos de existir complicaciones con el tipo de suelo en donde se instalarán las señales, se deberá presentar una propuesta de solución en función de la ubicación antes de la instalación, se deberá hacer pruebas de resistencia del hormigón empleado para la valla</p> | |

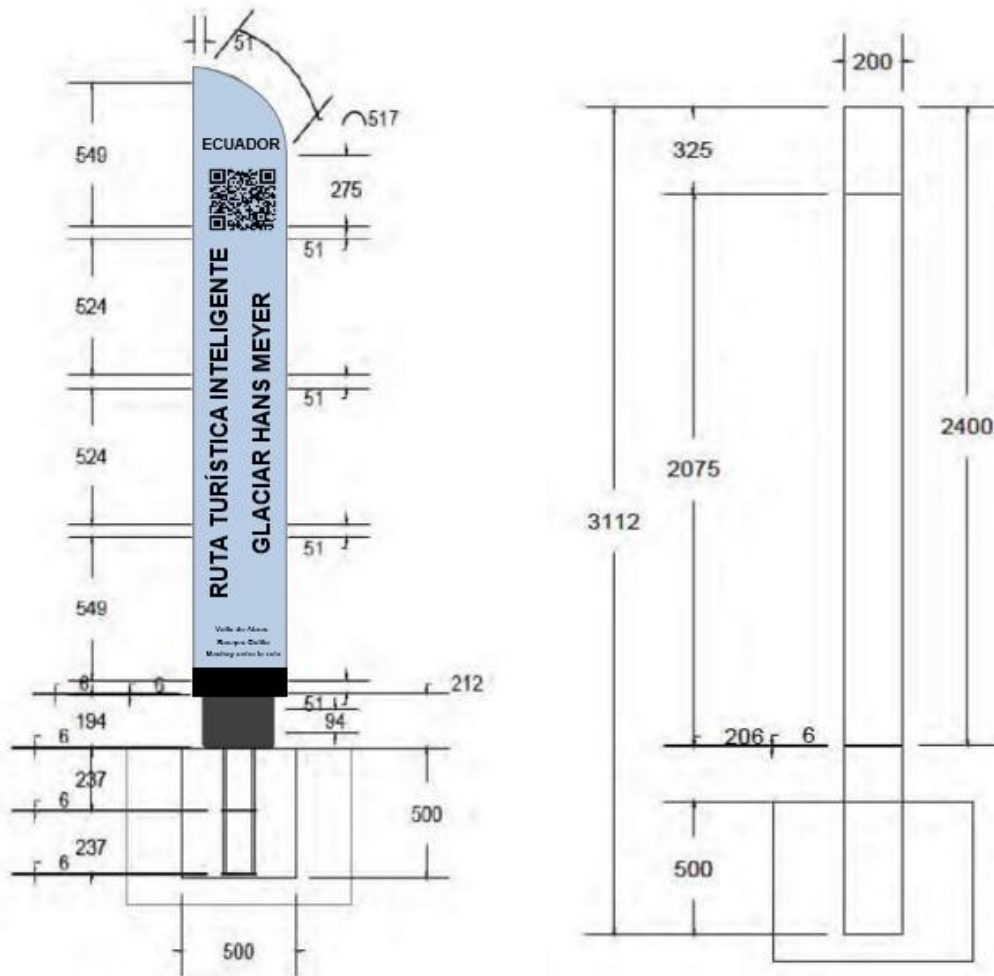
Fuente: Ipiales, D, 2023

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Tabla 4-43: Fichas de señales urbanas

| Sistema de señalización turística para la zona urbana de la parroquia de San Andrés | | |
|--|---|---|
| Tipo de la señal: | Señales urbanas | Señal N.º 02 |
| Nombre de la señal: | Tótems de sitio | Ubicación de la señal: Se colocarán en el sitio donde comienza cada atractivo. |
| Función de la señal: | Facilitar la identificación de los puntos de inicio de las rutas turísticas inteligentes. | |
| Diseño gráfico | | |
| Lado A | | Lado B |

Sistema de señalización turística para la zona urbana de la parroquia de San Andrés



Leyenda

La señalización empleada consiste en un tótem de sitio, en el cual se mostrará el nombre de la ruta turística junto con un código QR que proporcionará información general sobre la ruta, incluyendo el mapa del recorrido, puntos de interés y datos históricos adicionales.

Materiales

Para los materiales de construcción: Un largo de 2.400 mm x un ancho de 400 mm y con una longitud de 2.075 mm. Dos láminas de aluminio de 5 mm de espesor, sujetos a tubos cuadrados galvanizados.

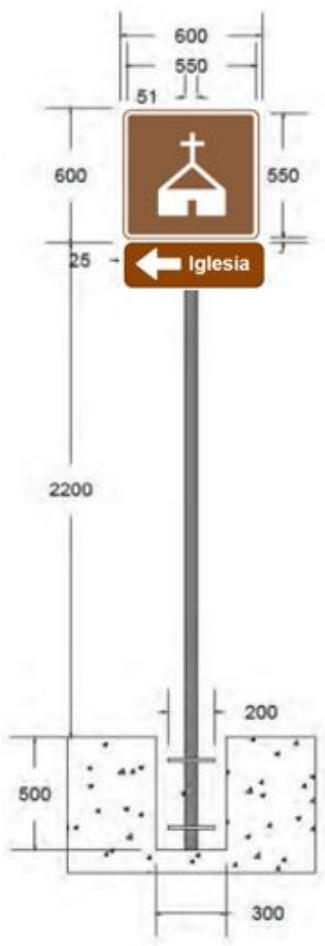

Para los materiales de cimentación: Será de hormigón simple $f'c = 180 \text{ kg/cm}^2$ con las medidas: 700 mm x 200 mm x 400 mm. 20 cm serán de hormigón visto con enlucido paleteado fino. La base deberá tener un refuerzo estructural construido con acero de refuerzo $f_y = 4200 \text{ kg/cm}^2$, que será tejido de manera que forme una "T", siendo incrustado en el centro del dado de hormigón. En el acero de refuerzo se colocarán 2 pares de espárragos roscados de 200 mm

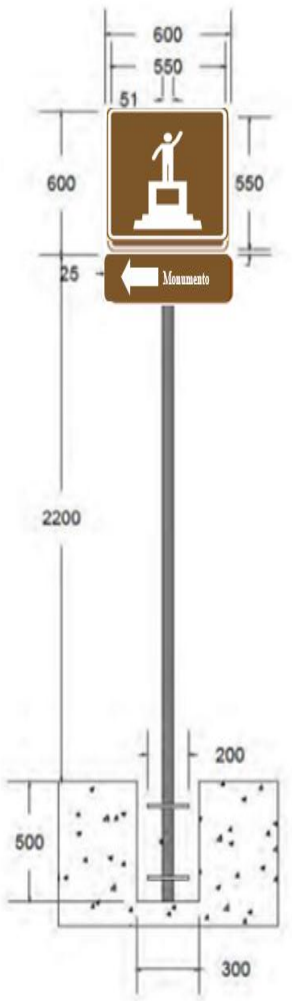

| Sistema de señalización turística para la zona urbana de la parroquia de San Andrés |
|---|
| de longitud y 1” de diámetro soldados en el refuerzo estructural e incrustados 150 mm en la base de concreto |
| Mantenimiento |
| Supervisión cada 3 años por el tiempo de exposición a la intemperie de rayos UV y vandalismo o deterioro |
| Tiempo de ejecución |
| El tiempo de ejecución es de 180 días laborables para todos los medios |
| Observaciones |
| <p>Esta ficha es la referencia para elaborar 4 tótems de sitio los cuales están especificados en la tabla 4-37. Se debe mantener las especificaciones del Manual de Señalización Turística (MINTUR, 2020, pp.85-96).</p> <p>En casos de existir complicaciones con el tipo de suelo en donde se instalarán las señales, se deberá presentar una propuesta de solución en función de la ubicación antes de la instalación, se deberá hacer pruebas de resistencia del hormigón empleado para la valla.</p> |

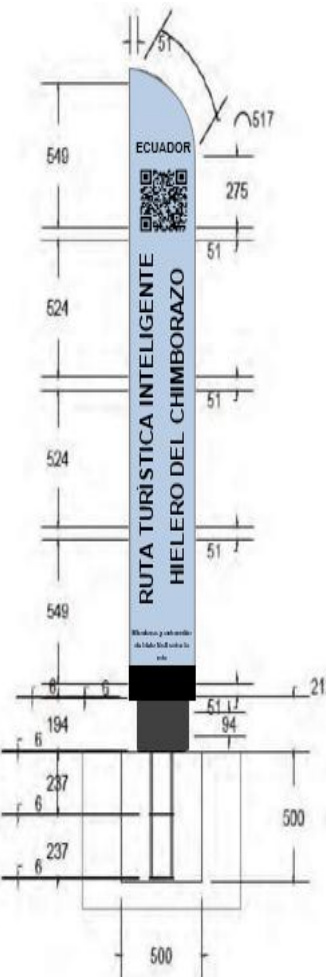
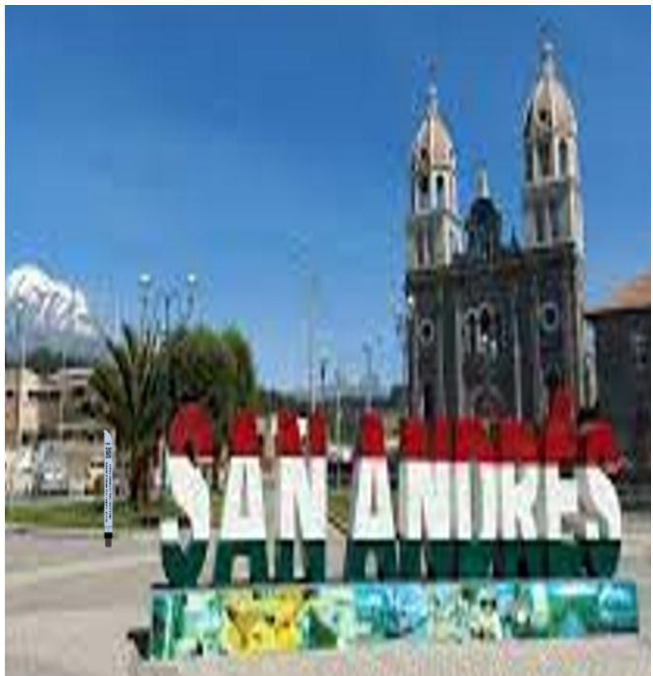
Fuente: Ipiales, D, 2023

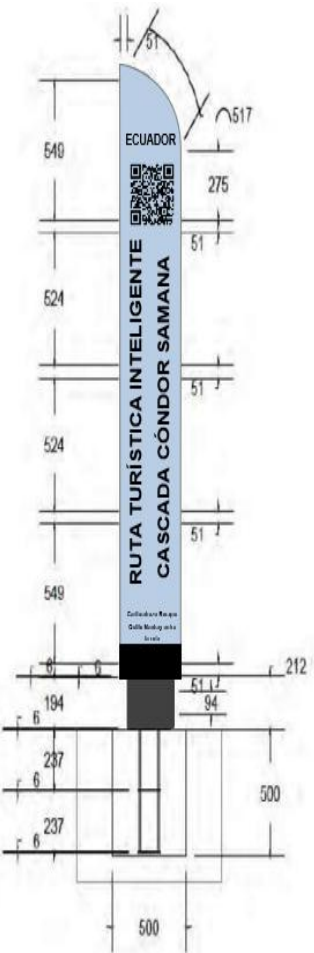
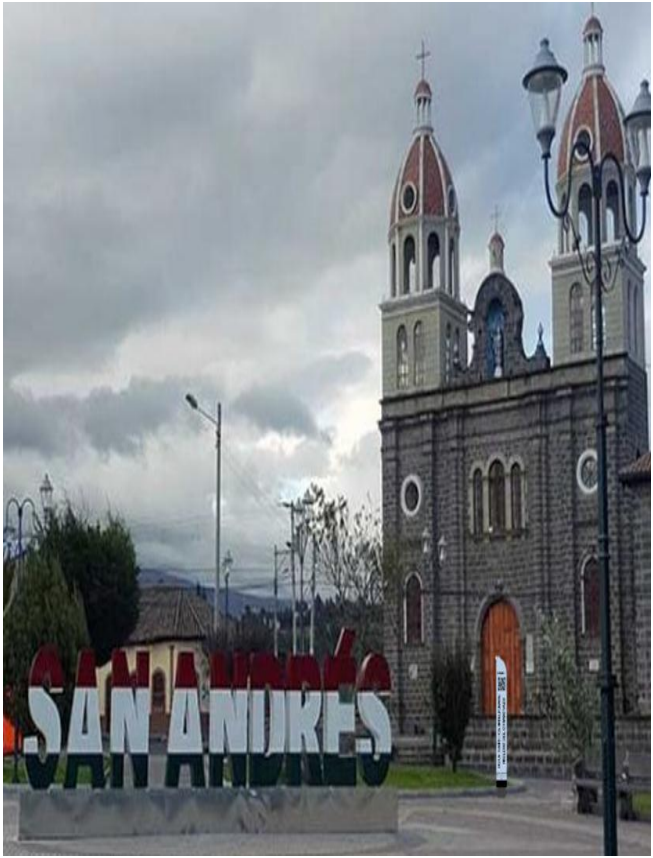
Realizado por: Barrigas, T., 2023

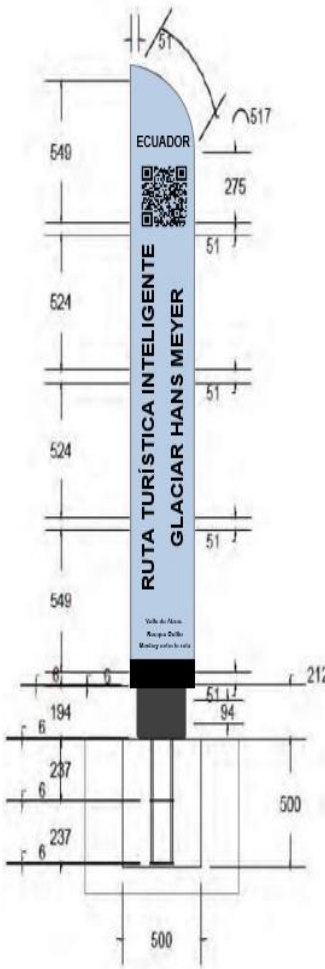

Tabla 4-44: Matriz resumen de señalización turística

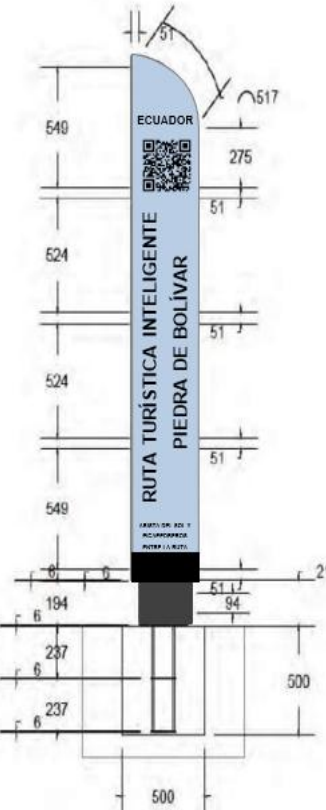

| N° | Tipo de señalización | Diseño | Ubicación | Fotomontaje |
|----|--|---|---|--|
| 1 | <p>Señales viales</p> <p>Tipo: Pictograma con poste</p> <p>Características generales</p> <p>Pantalla: Láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm; medidas: 600 mm x 600 mm</p> <p>Placa complementaria: Láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm; medidas: 600 mm x 200 mm. La distancia entre la placa principal y la placa complementaria deberá ser de 30 mm.</p> <p>Parantes: Tubo galvanizado de 50,8 mm x 50,8 mm (2" x 2") x 2 mm de espesor y 3300 mm de largo; altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2000 mm.</p> <p>Plinto: Cubo hormigón de 180 kg/cm² fundidos en sitio: largo 300 mm, ancho 300 mm y profundidad 500 mm.</p> <p>Fondo: Material retroreflectivo prismático, y vinilos transparentes de electrocorte de color café</p> |  | <p>Grados decimales:</p> <p>1°35'28.8"S; 78°42'03.1"W.</p> <p>UTM Latitud: -1.591333 Longitud: -78.700861</p> |  |

| N° | Tipo de señalización | Diseño | Ubicación | Fotomontaje |
|----|--|---|---|---|
| 2 | <p>Señales viales</p> <p>Tipo: Pictograma con poste</p> <p>Características generales</p> <p>Pantalla: Láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm; medidas: 600 mm x 600 mm</p> <p>Placa complementaria: Láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm; medidas: 600 mm x 200 mm. La distancia entre la placa principal y la placa complementaria deberá ser de 30 mm.</p> <p>Parantes: Tubo galvanizado de 50,8 mm x 50,8 mm (2" x 2") x 2 mm de espesor y 3300 mm de largo; altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2000 mm.</p> <p>Plinto: Cubo hormigón de 180 kg/cm² fundidos en sitio: largo 300 mm, ancho 300 mm y profundidad 500 mm.</p> <p>Fondo: Material retroreflectivo prismático, y vinilos transparentes de electrocorte de color café</p> |  | <p>Grados decimales:</p> <p>1°35'28.8"S; 78°42'03.1"W.</p> <p>UTM Latitud: -1.591333 Longitud: -78.700861</p> |  |

| N° | Tipo de señalización | Diseño | Ubicación | Fotomontaje |
|----|---|---|---|---|
| 3 | <p>Tótems de atractivos turísticos</p> <p>Tipo: Tótem de sitio</p> <p>Características generales</p> <p>Pantalla: dos láminas de aluminio de 5 mm de espesor, sujetos a tubos cuadrados galvanizados</p> <p>Plinto: Hormigón de 180 kg/cm2 con medidas de 700 mm x 200 mm una profundidad de 400 mm De este hormigón será visual con enlucido paleteado fino</p> <p>Fondo: Lámina retro reflectiva prismático, panel de aluminio compuesto donde se grabará el contenido de la señal.</p> <p>Medidas: Largo de 2.400 mm x un ancho de 400 mm y con una longitud de 2.075 mm</p> |  | <p>Grados decimales:</p> <p>1°35'31.1"S; 78°42'3.2"W.</p> <p>UTM</p> <p>Latitud: -1.59196 Longitud: -78.70089</p> |  |

| N° | Tipo de señalización | Diseño | Ubicación | Fotomontaje |
|----|--|---|--|--|
| 4 | <p>Tótems de atractivos turísticos</p> <p>Tipo: Tótem de sitio</p> <p>Características generales</p> <p>Pantalla: dos láminas de aluminio de 5 mm de espesor, sujetos a tubos cuadrados galvanizados</p> <p>Plinto: Hormigón de 180 kg/cm² con medidas de 700 mm x 200 mm una profundidad de 400 mm De este hormigón será visual con enlucido paleteado fino</p> <p>Fondo: Lámina retro reflectiva prismático, panel de aluminio compuesto donde se grabará el contenido de la señal.</p> <p>Medidas: Largo de 2.400 mm x un ancho de 400 mm y con una longitud de 2.075 mm</p> |  | <p>Grados decimales:</p> <p>1°35'31.1"S; 78°42'3.2"W.</p> <p>UTM Latitud: -1.59196 Longitud: -78.70089</p> |  |

| N° | Tipo de señalización | Diseño | Ubicación | Fotomontaje |
|----|--|---|--|---|
| 5 | <p>Tótems de atractivos turísticos</p> <p>Tipo: Tótem de sitio</p> <p>Características generales</p> <p>Pantalla: dos láminas de aluminio de 5 mm de espesor, sujetos a tubos cuadrados galvanizados</p> <p>Plinto: Hormigón de 180 kg/cm² con medidas de 700 mm x 200 mm una profundidad de 400 mm De este hormigón será visual con enlucido paleteado fino</p> <p>Fondo: Lámina retro reflectiva prismático, panel de aluminio compuesto donde se grabará el contenido de la señal.</p> <p>Medidas: Largo de 2.400 mm x un ancho de 400 mm y con una longitud de 2.075 mm</p> |  | <p>Grados decimales:</p> <p>1°35'31.1"S; 78°42'3.2"W.</p> <p>UTM Latitud: -1.59196 Longitud: -78.70089</p> |  |

| N° | Tipo de señalización | Diseño | Ubicación | Fotomontaje |
|----|---|---|---|---|
| 6 | <p>Tótems de atractivos turísticos</p> <p>Tipo: Tótem de sitio</p> <p>Características generales</p> <p>Pantalla: dos láminas de aluminio de 5 mm de espesor, sujetos a tubos cuadrados galvanizados</p> <p>Plinto: Hormigón de 180 kg/cm2 con medidas de 700 mm x 200 mm una profundidad de 400 mm De este hormigón será visual con enlucido paleteado fino</p> <p>Fondo: Lámina retro reflectiva prismático, panel de aluminio compuesto donde se grabará el contenido de la señal.</p> <p>Medidas: Largo de 2.400 mm x un ancho de 400 mm y con una longitud de 2.075 mm</p> |  | <p>Grados decimales:</p> <p>1°35'31.1"S; 78°42'3.2"W.</p> <p>UTM</p> <p>Latitud: -1.59196 Longitud: -78.70089</p> |  |

Fuente: Ipiales, D, 2023

Realizado por: Barrigas, T., 2023

Tabla 4-45: Costo de implementación de señalización turística

| N° | Descripción del medio | Cantidad | Costo unitario | Subtotal |
|--------------|------------------------------|-----------------|-----------------------|-----------------|
| 1 | Pictogramas con poste | 2 | 540,17 | 1080,34 |
| 2 | Tótem de sitio (zona urbana) | 4 | 630,17 | 2520,68 |
| Total | | | | 3601,02 |

Fuente: Ipiales, D, 2023

Realizado por: Barrigas, T., 2023

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El estudio de mercado de la parroquia de San Andrés permitió determinar que la oferta de la parroquia es de 16 atractivos naturales y culturales, 7 de los cuales son naturales 4 con jerarquía I, 2 de jerarquía II, y uno de jerarquía III ubicados en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, con potencialidad turística. Así también, 9 manifestaciones culturales materiales y 8 atractivos culturales inmateriales pertenecientes al territorio.

La caracterización de la demanda turística permitió determinar que el 60 % de los potenciales turistas son ecuatorianos, que utilizan las siguientes herramientas tecnológicas como mapas de recorrido electrónico en un 36%, reservas en línea del 14% y tarjetas inteligentes un 12%.

Los turistas nacionales prefieren realizar turismo de aventura y deportivo en un 24%, el turismo patrimonial y también de naturaleza son del 17% y el turismo comunitario es del 15%.

Los potenciales turistas extranjeros son estadounidenses, en el 20%, realizan un 61% viajes mediante agencias de viajes, usan códigos QR un 64% para revisar mapas y rutas turísticas,

El análisis multicriterio permitió establecer que los atractivos con mayor potencialidad turística fueron el Nevado Chimborazo de mayor potencialidad, Piedra de Bolívar – Arista del sol de media, La cascada Cóndor Samana y el glaciar Hans Meyer de categoría baja por su inexistencia de planta turística. Posteriormente se determinó los productos turísticos aplicables que permitirán el diseño de las rutas turísticas, las líneas de productos para este caso son turismo de aventura, naturaleza, comunitario y cultural.

Aplicando los criterios para determinar los atractivos con mayor potencial turístico se logró establecer cuatro rutas turísticas en base a las líneas de productos aplicables al territorio, con la información preferencial de los turistas y las facilidades de la parroquia siendo estas:

- 1) Ruta Hieleros del Chimborazo: Estructurada en dos paquetes turísticos, uno de duración de dos días y una noche, y el segundo de un día, de la media alta montaña, con actividades de camping, caminata, fotografía, noche cultural, alimentación, transporte y ciclismo.

Además, se oferta actividades en las que se utilizan herramientas de turismo tecnológico para como astrofotografía, aplicaciones para identificación de flora, fauna, y códigos QR con información adicional de la ruta. El paquete cubre un costo desde 2 personas de 290,30\$

- 2) Ruta de la Cascada Cóndor Samana: Se diseñó dos paquetes turísticos con una duración de dos días y un full day, dificultad media, se realiza camping, caminata, fotografía, noche cultural, alimentación, transporte, cabalgata, visita a lagunas, se proporciona herramientas de turismo tecnológico para astrofotografía, aplicaciones para identificación de flora, fauna, códigos QR con información general de la ruta, el costo del paquete para la ruta es de 332,19\$ para dos personas.
- 3) Ruta del Glaciar Hans Meyer: Se generó un paquete turístico con una duración de dos días una noche, dificultad media-alta, se realiza camping, caminata, fotografía, alimentación, transporte, visita a un camposanto (restos del avión de Saeta), proporciona herramientas de turismo tecnológico para astrofotografía, aplicaciones para identificación de flora, fauna, códigos QR con información general de la ruta, el costo general es de 179,42\$ de dos personas en adelante.
- 4) Ruta de Piedra de Bolívar: Se diseña un paquete turístico con duración de dos días una noche, dificultad media-alta, se realiza camping, caminata, cabalgata, fotografía, alimentación, transporte, el costo general es de 270,59\$ de dos personas hasta 649,59\$ para grupos de 7 a 10 personas.

Adicionalmente, se elaboró una propuesta de señalética para cada una de las rutas, con 2 pictogramas y 4 tótems de sitios, que se ubican en sitios estratégicos que permitirán la operación turística según el manual de señalización turística. Esta propuesta tendrá un coste de implementación de 3,601.02\$.

5.2 Recomendaciones

De acuerdo con el estudio de mercado se concluye que la oferta turística de San Andrés posee atractivos que deben ser aprovechados turísticamente, para ello es necesario implementar de manera progresiva herramientas tecnológicas innovadoras en la planta turística lo que permitirá innovar, potencializar y difundir la oferta turística de la parroquia.

Implementar en el mercado las rutas turísticas diseñadas y previamente establecer convenios para obtener financiamiento para la promoción, publicidad y difusión de los productos turísticos elaborados en la presente ejecución.

Incorporar los resultados de la presente trabajo como elementos que permitan actualizar el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial en la sección que corresponda al turismo, pues se evidencia la ausencia de información relevante y detallada de la gestión y administración del territorio a investigar, pues se presentan vacíos de información en documentos oficiales.

Se requiere que los modelos de gestión de la parroquia se efectúen mediante y en concordancia con los principios del manual de buenas prácticas para las actividades turísticas que permita la participación de los actores en la toma de decisiones, lo que conllevará a una eficiente generación económica y desarrollo del territorio.

GLOSARIO

MINTUR: Ministerio de Turismo

OMT: Organización Mundial de Turismo

PDOT: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

TIC: Tecnologías de la Información y Comunicación

BIBLIOGRAFÍA

1. **REINOSO, Germán & AGUIRRE, Christian.**, *Proyecto de turismo comunitario bajo el enfoque socioeconómico como alternativas sustentables de la parroquia San Andrés, Cantón Guano*. (Tesis de Grado) 2019 [en línea] Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. [Consulta: 11 agosto 2023] Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/10831>
2. **CÓRDOVA, L.& SERRANO, E.** *Diseño de una ruta turística para la parroquia Tres de Noviembre, cantón La Joya de los Sachas, provincia de Orellana*. [En línea] 2022. [Consulta: 11 agosto 2023] Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/18226>.
3. **CRUZ, D.** *Las rutas turísticas y su incidencia en el turismo de aventura en el cantón Archidona, provincia de Napo*. [En línea] 2014. [Consulta: 11 agosto 2023] Disponible en: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/9341/1/FCHE-HTP-186.pdf>.
4. **DUQUE, Diana.**, *Diseño de una ruta turística para el cantón El Tambo, provincia de Cañar*. (Tesis de Grado) Riobamba- Ecuador [En línea] 2017. [Consulta: 06 de noviembre de 2022.] Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/9363/1/23T0689.pdf>.
5. **ESPE**. Repositorio ESPE. [En línea] 2020. [Consulta: 12 de 07 de 2022.] Disponible en: <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1153/4/T-ESPE-021594-4.pdf>.
6. **ESPOL**. *Guía didáctica para el uso del profesor politécnico*. [En línea] 2019. [Consulta: 15 de Noviembre de 2022.] Disponible en: <http://www.cise.espol.edu.ec/sites/cise.espol.edu.ec/files/pagina-basica/El%20panel%20de%20expertos.pdf>.
7. **GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA SAN ANDRÉS**. *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia San Andrés*. [En línea] 2019. [Consulta: 06 de 11 de 2022.] Disponible en: <https://sanandres.gob.ec/wp-content/uploads/2021/04/PDOT-SAN-ANDRES-2019-2023.pdf>.
8. **RAMÍREZ, Franklin.**, *Diseño de una ruta turística para la parroquia San José de Dahuano, cantón Loreto, provincia de Orellana*. [En línea] 2020. [Consulta: 08 de noviembre de 2022.] Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/16896/1/23T00833.pdf>.

9. RODRÍGUEZ, Federico. *Potencial turístico en micro destinos con intervención pública: criterios de valoración.* [En línea] 2017, Vol. 11, 1. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6263942>

10. LOJANO, Priscila; BENENLA, Jenny, & GÓMEZ, Glicería, *Tecnología e innovación en destinos turísticos inteligentes.* [En línea] Cuenca : Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 2023, Vol. 21, pág. 197. Disponible en: <https://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/article/download/3291/1715/15773>

11. PULLA et., *Turismo disruptivo: rutas turísticas inteligentes.* [En línea] Revista Publicando, 2020, Vol. 7. 160-169. Disponible en: <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2100>

ANEXOS

ANEXO A: GUÍAS DE OBSERVACIÓN DE INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS NATURALES Y CULTURALES.



| FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------|---|---|---|------------|---|-----------|---|----------|--|-----------|--|-----------|---|-----------|------------------------------------|---|--|--|
| Código del atractivo: | 0 | 6 | 0 | 7 | 5 | 4 | A | N | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 3 | 0 | 1 | 6 | | |
| | Provincia | | Cantón | | Parroquia | | Categoría | | Tipo | | Subtipo | | Jerarquía | | Atractivo | | | | |
| 1. DATOS GENERALES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.1 Nombre del Atractivo Turístico | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Volcán Chimborazo | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.2 Categoría | | | | 1.3 Tipo | | | | 1.4 Subtipo | | | | | | | | | | | |
| ATRATIVOS_NATURALES | | | | MONTAÑAS | | | | ALTA MONTAÑA | | | | | | | | | | | |
| 2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.1 Provincia | | | | 2.2 Cantón | | | | 2.3 Parroquia | | | | | | | | | | | |
| CHIMBORAZO | | | | GUANO | | | | SAN ANDRES | | | | | | | | | | | |
| 2.4 Barrio, Sector o Comuna | | | | 2.5 Calle Principal | | | | 2.6 Número | | | | 2.7 Transversal | | | | | | | |
| Reserva de Producción de fauna Chimborazo | | | | N/A | | | | N/A | | | | N/A | | | | | | | |
| 2.8 Latitud (grados decimales) | | | | 2.9 Longitud (grados decimales) | | | | 2.10 Altura (msnm) | | | | | | | | | | | |
| -1.46541 | | | | -78.80007 | | | | 6.268 | | | | | | | | | | | |
| 2.11 Información del administrador | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a. Tipo de Administrador: Público | | | | b. Nombre de la Institución: Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica | | | | | | | | | | | | | | | |
| c. Nombre del Administrador: Paul Tito Guanuche | | | | d. Cargo que ocupa: Administrador de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | | | | | | | | | | | | | | | |
| e. Teléfono / Celular: +593 999881611 | | | | f. Correo Electrónico: paul.tito@ambiente.gob.ec | | | | | | | | | | | | | | | |
| Observaciones: El atractivo es parte de los sitios de visita dentro de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a. Clima: frío andino | | | | b. Temperatura(°C): 0-10°C | | | | c. Precipitación Pluviométrica (mm): 10 mm | | | | | | | | | | | |
| 3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a. Cultura <input type="checkbox"/> | | | | b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/> | | | | c. Aventura <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | |
| 3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a. Prístino <input type="checkbox"/> | | | | b. Primitivo <input checked="" type="checkbox"/> | | | | c. Rústico Natural <input type="checkbox"/> | | | | d. Rural <input type="checkbox"/> | | | | e. Urbano <input type="checkbox"/> | | | |
| 3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a. Tipo de Ingreso | | b. Horario de Atención | | | | c. Atención | | | | | | | | | | | | | |
| | | Ingreso | Salida | Todos los días | | Fines de semana y feriados | | Solo días hábiles | | Otro | | Especificar | | | | | | | |
| Libre <input checked="" type="checkbox"/> | | 7:00 | 14:00 | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input type="checkbox"/> | | <input type="checkbox"/> | | <input type="checkbox"/> | | texto | | | | | | | |
| Restringido <input checked="" type="checkbox"/> | | 0:00 | 0:00 | <input type="checkbox"/> | | <input type="checkbox"/> | | <input type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | Clima | | | | | | | |
| Pagado <input type="checkbox"/> | | 0:00 | 0:00 | <input type="checkbox"/> | | <input type="checkbox"/> | | <input type="checkbox"/> | | <input type="checkbox"/> | | texto | | | | | | | |
| d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/> | | | | f. Forma de Pago: | | Efectivo <input type="checkbox"/> | | Dinero Electrónico <input type="checkbox"/> | | Depósito Bancario <input type="checkbox"/> | | Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/> | | | | | | | |
| e. Precio: Desde 0,00 Hasta 0,00 | | Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/> | | | | Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/> | | Cheque <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | |
| g. Meses recomendables de visita: | | | | Todo el año | | | | | | | | | | | | | | | |
| Observaciones: Recomendable ingresar con un guía nacional especializado en deportes de aventura - alta montaña (Para Andinismo), guía nacional especializado en patrimonio natural / Guía Nacional (Senderismo) y Guías Locales (Ciclismo de montaña). | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): | | | | | | | | | | | | SAN ANDRES | | | | | | | |
| b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: | | 42,6 km | c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: | | 1:06 h/min | d. Coordenadas (grados decimales): | | Lat.: | -1.58117 | Long.: | -78.71397 | | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|------------------------------|------------------|
| Observaciones: El atractivo se encuentra a una hora del poblado más cercano y contiene en su mayor parte vías de acceso de primer orden | | | | | | | |
| 4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | |
| a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/> | Tipo de vía | Coordenada de inicio | Coordenada de fin | Distancia (km) | Tipo de material | Estado | |
| | a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/> | -1.58117, -78.71397 | -1.49848, -78.87519 | 36 | Asfalto | Bueno | |
| | b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/> | -1.49848, -78.87519 | -1.47714, -78.85559 | 6,6 | Camino carrozable | Regular | |
| | c. Tercer orden <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | texto | | |
| Observaciones: | | | | | | | |
| b. Acuático (U) <input type="checkbox"/> | Marítimo <input type="checkbox"/> | Puerto / Muelle de partida <input type="text"/> | Estado <input type="text"/> | | Puerto / Muelle de Llegada <input type="text"/> | Estado <input type="text"/> | |
| | Lacustre <input type="checkbox"/> | Puerto / Muelle de partida <input type="text"/> | Estado <input type="text"/> | | Puerto / Muelle de Llegada <input type="text"/> | Estado <input type="text"/> | |
| | Fluvial <input type="checkbox"/> | Puerto / Muelle de partida <input type="text"/> | Estado <input type="text"/> | | Puerto / Muelle de Llegada <input type="text"/> | Estado <input type="text"/> | |
| Observaciones: | | | | | | | |
| c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/> | Nacional: <input type="checkbox"/> | | | Internacional: <input type="checkbox"/> | | | |
| Observaciones: | | | | | | | |
| 4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | |
| a. Bus <input checked="" type="checkbox"/> | b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/> | c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/> | d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/> | e. Moto taxi <input type="checkbox"/> | f. Teleférico <input type="checkbox"/> | | |
| g. Lancha <input type="checkbox"/> | h. Bote <input type="checkbox"/> | i. Barco <input type="checkbox"/> | j. Canoa <input type="checkbox"/> | k. Avión <input type="checkbox"/> | l. Avioneta <input type="checkbox"/> | | |
| m. Helicóptero <input type="checkbox"/> | n. Otro <input type="checkbox"/> | Especifique | | | | | |
| Observaciones: Los buses que se acercan al atractivo son aquellos que se dirigen a la ciudad de Guaranda | | | | | | | |
| 4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | |
| a. Bus <input checked="" type="checkbox"/> | b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/> | c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/> | d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/> | e. Moto taxi <input type="checkbox"/> | f. Teleférico <input type="checkbox"/> | | |
| g. Lancha <input type="checkbox"/> | h. Bote <input type="checkbox"/> | i. Barco <input type="checkbox"/> | j. Canoa <input type="checkbox"/> | k. Avión <input type="checkbox"/> | l. Avioneta <input type="checkbox"/> | | |
| m. Helicóptero <input type="checkbox"/> | n. Otro <input type="checkbox"/> | Especifique | | | | | |
| Observaciones: Los buses que se acercan al atractivo son aquellos que se dirigen a la ciudad de Guaranda | | | | | | | |
| 4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | |
| a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio | b. Estación / terminal | c. Frecuencia | | | d. Detalle (Traslado origen / destino) | | |
| | | Diana | Semanal | Mensual | Eventual | | |
| Cooperativa Chimborazo | Quitumbe | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Quito-Riobamba | |
| Cooperativa Ecuador | Quitumbe | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Quito-Riobamba | |
| Cooperativa Patria | Quitumbe | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Quito-Riobamba | |
| 22 de Noviembre | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Guaranda - Ambato - Riobamba | |
| Bolívar | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| 4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | |
| a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/> | b. Accesibilidad visual <input checked="" type="checkbox"/> | c. Accesibilidad auditiva <input checked="" type="checkbox"/> | d. No es accesible <input type="checkbox"/> | | | | |
| Observaciones: Los guías están capacitados para asistir las visitas de personas con discapacidad | | | | | | | |
| 4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | |
| a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/> | Estado (U) | Bueno <input checked="" type="checkbox"/> | Regular <input type="checkbox"/> | Malo <input type="checkbox"/> | | | |
| Observaciones: | | | | | | | |
| 5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/> | | | | | | | |
| 5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | |
| a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/> | | | | b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/> | Establecimientos registrados | Número de Habitaciones | Número de Plazas | Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/> | Establecimientos registrados | Número de Habitaciones | Número de Plazas |

| | | | | | | | | | | | |
|---|-------------------------------------|------------------------------|------------------------|------------------|---|-------------------------------------|------------------------------|-----------------|------------------------|----------|---|
| Hotel | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Hotel | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 18 | 54 | | |
| Hostal | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Hostal | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Hostería | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Hostería | <input checked="" type="checkbox"/> | 2 | 44 | 116 | | |
| Hacienda Turística | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Hacienda Turística | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Lodge | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Lodge | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Resort | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Resort | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Refugio | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 0 | 0 | Refugio | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Campamento Turístico | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Campamento Turístico | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Casa de Huéspedes | <input checked="" type="checkbox"/> | 2 | 0 | 0 | Casa de Huéspedes | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Observaciones: Refugio Eduard Whympfer, Portal Andino y Casa de Huéspedes de Rodrigo Donoso [] | | | | | Observaciones: Hostería el Cortijo(0963455021), Hotel San Andrés (0962652648) y Hostería Andaluza (0995910300) | | | | | | |
| Alimentos y bebidas | <input type="checkbox"/> | Establecimientos registrados | Número de Mesas | Número de Plazas | Alimentos y bebidas | <input checked="" type="checkbox"/> | Establecimientos registrados | Número de Mesas | Número de Plazas | | |
| Restaurantes | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Restaurantes | <input checked="" type="checkbox"/> | 3 | 18 | 72 | | |
| Cafeterías | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 0 | 0 | Cafeterías | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Bares | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Bares | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Fuentes de soda | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Fuentes de soda | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Observaciones: Centro de Servicios Turísticos el Arenal (032393285) | | | | | Observaciones: No hay servicio de alimentación registrado en el catastro, pero existen 3 establecimientos: Picantería Rosita (0981248831) B. La casa vieja (0961322824) y B. Bncita | | | | | | |
| Agencias de Viaje | <input type="checkbox"/> | Establecimientos registrados | | | Agencias de Viaje | <input checked="" type="checkbox"/> | Establecimientos registrados | | | | |
| Mayoristas | <input type="checkbox"/> | 0 | | | Mayoristas | <input type="checkbox"/> | 0 | | | | |
| Internacionales | <input type="checkbox"/> | 0 | | | Internacionales | <input type="checkbox"/> | 0 | | | | |
| Operadoras | <input type="checkbox"/> | 0 | | | Operadoras | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | | | | |
| Observaciones: | | | | | Observaciones: Puruhá Razuco | | | | | | |
| Guía | Local | Nacional | Nacional Especializado | Cultura | 0 | Guía | Local | Nacional | Nacional Especializado | Cultura | 0 |
| <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Aventura | 0 | <input checked="" type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Aventura | 0 |
| Observaciones: | | | | | Observaciones: Existen guías registrados sin embargo la información no se encuentra disponible en el portal de Turismo | | | | | | |
| 5.2 Facilidades en el entorno al atractivo | | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | |
| Categoría (M) | Tipo (M) | | Cantidad | Coordenadas | Administrador | Accesibilidad universal | Estado (U) | | | | |
| | | | | | | | B | R | M | | |

| | | | | | | | | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|---|--------------------|--|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| a. De apoyo a la gestión turística | Punto de Información | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | | Centro de Servicios Turísticos el Arenal | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | I-Tur | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 0 | Parque Central de San Andrés | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Centro de interpretación | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 0 | Centro de Servicios Turísticos el Arenal | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Centro de facilitación turística | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. De observación y vigilancia | Centro de recepción de visitantes | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | | Centro de Servicios Turísticos el Arenal | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Garitas de guardiana | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 0 | Centro de Servicios Turísticos el Arenal | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Miradores | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | -159343, -78.70020 | Publico | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Torres de avistamiento de aves | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. De recorrido y descanso | Torres de vigilancia para salvavidas | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Senderos | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | -151257, -78.78362 | Publico | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Estaciones de sombra y desoanso | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Áreas de acampar | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | -146520, -78.83734 | Publico | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d. De servicio | Refugio de alta montaña | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 0 | Whympfer | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Baterías sanitarias | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | -159164, -78.70110 | Publico | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e. Otros | Estacionamientos | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | -151347, -78.78351 | Publico | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Campamento de alta Montaña | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 0 | texto | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | |
|--|---|
| Observaciones: Las facilidades que se consideraron son aquellas que se encuentran proximas al atractivo y en el poblado más cercano como es la Parroquia de San Andrés | |
| 5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/> | |
| a. En el Atractivo <input type="checkbox"/> | b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/> |
| Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> Venta de merchandising <input type="checkbox"/> artesanías y <input type="checkbox"/> | Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> Venta de merchandising <input checked="" type="checkbox"/> artesanías y <input type="checkbox"/> |
| Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> | Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> |
| Especifique: texto | Especifique: Centro artesanal de Pulingui |
| Observaciones: | |
| 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/> | |
| 6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/> | |
| a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/> b. Alterado <input type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/> | |
| Observaciones: | |
| 6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M) | |
| 6.1.1.1 Naturales (M) | 6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M) |
| a. Erosión <input type="checkbox"/> | a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/> b. Actividades forestales <input type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/> |
| b. Humedad <input type="checkbox"/> | d. Actividades industriales <input type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearíá <input type="checkbox"/> |
| c. Desastres naturales <input type="checkbox"/> | g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/> |
| d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/> | j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/> |
| e. Clima <input type="checkbox"/> | m. Conflicto político / social <input checked="" type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input type="checkbox"/> |
| Otro <input type="checkbox"/> Especifique: | |
| Observaciones: Conflicto entre los pobladores locales y el MAATE por la administración de los refugios y cafetería; adicional por el uso y tenencia de tierras (avance de la frontera agrícola). | |
| 6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/> | |
| a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/> b. Alterado <input type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/> | |
| Observaciones: | |
| 6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M) | |
| 6.2.1.1 Naturales (M) | 6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M) |
| a. Erosión <input type="checkbox"/> | a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/> b. Actividades forestales <input type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/> |
| b. Humedad <input type="checkbox"/> | d. Actividades industriales <input type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearíá <input type="checkbox"/> |
| c. Desastres naturales <input type="checkbox"/> | g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input checked="" type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/> |
| d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/> | j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/> |
| e. Clima <input type="checkbox"/> | m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input checked="" type="checkbox"/> |
| Otro <input type="checkbox"/> Especifique: | |
| Observaciones: Vandalismo por apertura de vías no autorizadas, incendios forestales y grafitis | |
| 6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input checked="" type="checkbox"/> | |
| a. Declarante: Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica | b. Denominación: Reserva de Producción de Fauna Chimborazo |
| c. Alcance: 52683.24 hectáreas | b. Fecha de declaración: 28/10/1987 |
| Observaciones: Acuerdo Ministerial No. 437 | |
| 7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/> | |
| 7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/> | |
| a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/> | b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/> |
| Agua: <input checked="" type="checkbox"/> Entubada | Agua: <input checked="" type="checkbox"/> Potable |
| Especifique: | Especifique: |
| Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/> Panel solar | Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público |
| Especifique: | Especifique: |
| Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> Pozo séptico | Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> Red pública |

| | |
|--|---|
| Especifique: Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/> Otro | Especifique: Alcantarillado Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/> Carro Recolector |
| Especifique: Traslado particular al relleno sanitario | Especifique: Municipio de Guano realiza recorridos 2 días a la semana, martes y jueves |
| Observaciones: | |

7.2 Señalética en el atractivo

| 7.2.1 Ambiente | 7.2.2. Tipo | 7.2.3. Materialidad | | | | 7.2.4. Estado | | |
|---|---|---------------------|-------------|---------|---|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | | a. Madera | b. Aluminio | c. Otro | Especifique | B | R | M |
| En áreas urbanas <input type="checkbox"/> | Pictograma de atractivos naturales | 0 | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Pictograma de atractivos culturales | 0 | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Pictograma de actividades turísticas | 0 | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Pictograma de servicios de apoyo | 0 | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Pictogramas de restricción | 0 | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Tótems de atractivos turísticos | 0 | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Tótems de sitio | 0 | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Tótems direccionales | 0 | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/> | Pictograma de atractivos naturales | 20 | 0 | 0 | Refugio y Ruta del Hielero | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Pictograma de atractivos culturales | 5 | 0 | 0 | Artesanías y productos locales | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Pictograma de actividades turísticas | 0 | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Pictograma de servicios de apoyo | 0 | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Pictogramas de restricción | 0 | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Señales turísticas de aproximación | 0 | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Paneles de direccionamiento hacia atractivos | 6 | 0 | 0 | Vías Ambato- Guaranda y Riobamba-Guaranda | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Panel informativo de atractivos | 11 | 0 | 0 | Rutas Turísticas | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades | 0 | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Mesas interpretativas | 0 | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Tótem de sitio | 0 | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Tótem de direccionamiento | 0 | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| Letreros informativos <input checked="" type="checkbox"/> | De información botánica | 0 | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Normativos de concienciación | 1 | 0 | 0 | Ruta del Hielero | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Señalética interna de seguridad <input checked="" type="checkbox"/> | Protección de los elementos del atractivo | 2 | 0 | 0 | Ruta a los Refugios | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Otros <input type="checkbox"/> | texto | | | | | | | |

Observaciones:

7.3 Salud (más cercano) (M)

| a. En el atractivo | | b. En la ciudad o poblado mas cercano | |
|--|---|--|---|
| Hospital o Clínica <input type="checkbox"/> | 0 | Hospital o Clínica <input type="checkbox"/> | 0 |
| Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/> | 0 | Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/> | 1 |
| Dispensario médico <input type="checkbox"/> | 0 | Dispensario médico <input type="checkbox"/> | 0 |
| Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/> | 0 | Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/> | 0 |
| Otros <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | Otros <input type="checkbox"/> | 0 |

Observaciones: Sala de Recuperación en CST el Arenal y Centro de Salud Tipo A de San Andrés

7.4 Seguridad (M)

| | |
|---|-------------------|
| a. Privada <input type="checkbox"/> | texto |
| b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/> | carretera ECU 911 |

| | | | | | | |
|---|-------------------------------------|---|--|---|-------------------------------------|--|
| c. Policía metropolitana / Municipal | <input type="checkbox"/> | Det | texto | | | |
| d. Otra | <input checked="" type="checkbox"/> | | Comunitaria | | | |
| Observaciones: | | | | | | |
| 7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | |
| a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/> | | | b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| Fija | <input type="checkbox"/> | Línea telefónica | <input type="checkbox"/> | Fibra óptica | <input type="checkbox"/> | |
| Móvil | <input checked="" type="checkbox"/> | Satélite | <input type="checkbox"/> | Redes inalámbricas | <input type="checkbox"/> | |
| Satelital | <input type="checkbox"/> | Telefonía móvil | | <input checked="" type="checkbox"/> | Satelital | |
| | | | | Telefonía móvil | | |
| | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| Observaciones: | | | | | | |
| Radio portátil (U) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | |
| De uso exclusivo para el visitante | | <input type="checkbox"/> | | De uso exclusivo para comunicación interna | | |
| | | <input type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | | | De uso exclusivo en caso de emergencia | | |
| | | | | <input type="checkbox"/> | | |
| Observaciones: Reserva Chimborazo sistema de comunicación por radio | | | | | | |
| 7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | |
| Deslaves | | <input checked="" type="checkbox"/> | | Sismos | | |
| | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | | | Erupciones volcánicas | | |
| | | | | <input type="checkbox"/> | | |
| | | | | Incendios forestales | | |
| | | | | <input type="checkbox"/> | | |
| Sequía | <input type="checkbox"/> | Inundaciones | | <input type="checkbox"/> | Aguajes | |
| | | | | | <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | Tsunami | |
| | | | | | <input type="checkbox"/> | |
| ¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? | | <input checked="" type="checkbox"/> | Institución que elaboró el documento. | GAD San Andrés | Nombre del documento. | |
| | | | | | Plan de seguridad parroquial | |
| | | | | | Año de elaboración: | |
| | | | | | 2021 | |
| Observaciones: Elemento integrado en el Plan de Manejo del área. | | | | | | |
| 8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/> | | | | | | |
| a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? | | SI | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | <input type="checkbox"/> | |
| | | | | Año de elaboración: 2019-2023 | | |
| b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)? | | SI | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | <input type="checkbox"/> | |
| | | Especifique: | | | | |
| El atractivo se encuentra en la planificación del GAD cantonal de Guano | | | | | | |
| c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? | | SI | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | <input type="checkbox"/> | |
| | | Especifique: | | | | |
| El atractivo cuenta con la normativa que se aplica a las áreas protegidas según el plan de manejo | | | | | | |
| d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? | | SI | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | <input type="checkbox"/> | |
| | | Especifique: | | | | |
| Las Ordenanzas que emita el GAD y aquellas especificadas en el Plan de Manejo del área | | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | |
| 9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/> | | | | | | |
| 9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | |
| 9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/> | | | | | | |
| a. Buceo | <input type="checkbox"/> | b. Kayak de mar | <input type="checkbox"/> | c. Kayak lacustre | <input type="checkbox"/> | |
| d. Kayak de Río | <input type="checkbox"/> | e. Surf | <input type="checkbox"/> | | | |
| f. Kite surf | <input type="checkbox"/> | g. Rafting | <input type="checkbox"/> | h. Snorkel | <input type="checkbox"/> | |
| i. Tubing | <input type="checkbox"/> | j. Regata | <input type="checkbox"/> | | | |
| k. Paseo en panga | <input type="checkbox"/> | l. Paseo en bote | <input type="checkbox"/> | m. Paseo en lancha | <input type="checkbox"/> | |
| n. Paseo en moto acuática | <input type="checkbox"/> | o. Parasailing | <input type="checkbox"/> | | | |
| p. Esquí acuático | <input type="checkbox"/> | q. Banana flotante | <input type="checkbox"/> | r. Boga | <input type="checkbox"/> | |
| s. Pesa deportiva | <input type="checkbox"/> | Otro | <input type="checkbox"/> | texto | | |
| Observaciones: | | | | | | |
| 9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/> | | | | | | |
| a. Alas Delta | <input type="checkbox"/> | b. Canopy | <input type="checkbox"/> | c. Parapente | <input type="checkbox"/> | |
| d. Otro | <input type="checkbox"/> | texto | | | | |
| Observaciones: | | | | | | |
| 9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | |
| a. Montañismo | <input checked="" type="checkbox"/> | b. Escalada | <input checked="" type="checkbox"/> | c. Senderismo | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| d. Cicloturismo | <input checked="" type="checkbox"/> | e. Canyoning | <input type="checkbox"/> | | | |
| f. Exploración de cuevas | <input checked="" type="checkbox"/> | g. Actividades Recreativas | <input checked="" type="checkbox"/> | h. Cabalgata | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| i. Caminata | <input checked="" type="checkbox"/> | j. Camping | <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| k. Pínic | <input type="checkbox"/> | l. Observación de flora y fauna | <input checked="" type="checkbox"/> | m. Observación de astros | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| n. Otro | <input checked="" type="checkbox"/> | Fotografía | | | | |
| Observaciones: | | | | | | |
| 9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/> | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|--|---|---|------------------------------|---|-----------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
| 9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | |
| a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/> | b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/> | c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/> | | | | | | | |
| h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/> | d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/> | i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/> | | | | | | | |
| e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/> | f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/> | i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/> | | | | | | | |
| g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/> | h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/> | g. Fotografía <input type="checkbox"/> | | | | | | | |
| j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/> | l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/> | m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/> | | | | | | | |
| n. Convivencia <input type="checkbox"/> | o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/> | Otro <input type="checkbox"/> | texto | | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | |
| 10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | |
| 10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M) | | | | | | | | | |
| ¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Guano 2019-2023 | | | | | | | | | |
| ¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | |
| Medio Promocional | Dirección y nombre de los medios promocionales | | Periodicidad de la promoción | | | | | | |
| a. Página WEB <input checked="" type="checkbox"/> | URL: http://www.municipiodeguano.gob.ec/ | | Anual | | | | | | |
| b. Red Social <input checked="" type="checkbox"/> | Nombre: https://www.facebook.com/gadmunicipalguano | | Semestral | | | | | | |
| c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/> | Nombre: | | | | | | | | |
| d. Material PDP <input type="checkbox"/> | Nombre: | | | | | | | | |
| e. Oficina de Información Turística <input checked="" type="checkbox"/> | Nombre: Museo de la Ciudad de Guano | | Semestral | | | | | | |
| f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/> | Nombre: | | | | | | | | |
| g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/> | Nombre: | | | | | | | | |
| h. Otro <input type="checkbox"/> | Nombre: | | | | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | |
| 10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: Ruta de los Hieleros y Refugios | | | | | | | | | |
| Observaciones: Las agencias de viajes que promocionan el atractivo en su mayoría se encuentran en el Cantón Riobamba | | | | | | | | | |
| 11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | |
| 11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | |
| a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tipo: Digital <input checked="" type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro: 2023 | | | | | | | | | |
| b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: Semestral | | | | | | | | | |
| c. Temporalidad de visita al atractivo | | | | | | | | | |
| Alta (meses) <input checked="" type="checkbox"/> | Especifique | Noviembre, Diciembre, Enero, Febrero, Abril, Julio y Agosto | | Número de visitantes | 95745 | | | | |
| Baja (meses) <input checked="" type="checkbox"/> | | Majo, Junio, Septiembre y Octubre | | | 2500 | | | | |
| d. Llegada de turistas | | | | | | | | | |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Turista nacional | | | <input checked="" type="checkbox"/> | Turista extranjero | | | | |
| | Llegadas mensuales | Total anual | | Llegadas mensuales | Total Anual | | | | |
| Ciudades de origen | Nacionales | 6 245 | 0 | Países de origen | Extranjeros | 5 228 | 0 | | |
| | texto | 0 | 0 | | texto | 0 | 0 | | |
| | texto | 0 | 0 | | texto | 0 | 0 | | |
| Observaciones: Las cifras pertenecen al Sistema de Información de Biodiversidad (SIB) publicado por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica del mes de Febrero 2023 | | | | | | | | | |
| 11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | |
| Nombre del Informante Clave: | | | | Contactos: | | | | | |
| Demanda según días de visita <input type="checkbox"/> | | | | Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/> | | | | | |
| Lunes a viernes | 0 | Fines de semana | 0 | Días feriados | 0 | Permanente <input type="checkbox"/> | Estacional <input type="checkbox"/> | Esporádica <input type="checkbox"/> | Inexistente <input type="checkbox"/> |
| Observaciones: | | | | | | | | | |

| 12. RECURSO HUMANO | | | | | | | | | | SI | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | <input type="checkbox"/> | SI/ | <input type="checkbox"/> |
|--|-------|--------------|---|-------------------------------------|--|--------------|---|---------|-------------------------------------|--|-------------------------------------|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo | | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | 5 | d. Número de personas especializadas en turismo | | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | | |
| e. Número de personas con nivel de instrucción (M): | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | f. Número de personas capacitadas por temática (M) | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) | | | | <input type="checkbox"/> | |
| Primaria | 0 | Secundaria | 4 | Primeros Auxilios | 0 | Hospitalidad | 0 | Inglés | 0 | Alemán | 0 | | | | |
| Tercer Nivel | 1 | Cuarto Nivel | 0 | Atención al Cliente | 0 | Guianza | 0 | Francés | 0 | Italiano | 0 | | | | |
| Otro | texto | | | Sensibilización de discapacidades | 0 | Otro | Gestió y planificación | Chino | 0 | Otro | texto | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | | En este ítem se tomó en cuenta solo a las autoridades del GAD, adicionalmente cuentan con apoyo de técnicos y otros colaboradores. Además, del ministro de Ambiente. | | | |

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

El Volcán Chimborazo se localiza en la Provincia de Chimborazo con una elevación de 6268 m.s.n.m. rodeado por la Reserva de Producción de Fauna de Chimborazo con una extensión de 58560 hect. Este tiene una belleza natural única por ser un nevado y contener recursos naturales propios de ecosistema de páramo donde se desarrollan actividades de turismo de aventura como; andinismo, ciclismo de montaña, escalada en roca, excursionismo, turismo cultural y turismo comunitario.

14. ANEXOS



Fuente: Barigas, T., 2022

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: <https://www.google.com/maps/place/C2%B02755,5%22S+78%C2%B048'00,3%22W/@-14,724162,-78,8063517,3727m/data=!3m1!1e3!4m4!3m3!8m2!3d-14,654114d-78,80007>

| FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio) | | | | | |
|---|-------------------------------|--------------------|--|--------------------|--|
| ELABORADO POR: | | VALIDADO POR: | | APROBADO POR: | |
| Apellido y Nombre | Thalia Barrigas | Apellido y Nombre | | Apellido y Nombre | |
| Institución | ESPOCH | Institución | | Institución | |
| Cargo | Técnica de investigación | Cargo | | Cargo | |
| Correo Electrónico | thalia.barrigas@esPOCH.edu.ec | Correo Electrónico | | Correo Electrónico | |
| Teléfono | 939960502 | Teléfono | | Teléfono | |
| Firma | | Firma | | Firma | |
| Fecha | 14/13/2022 | Fecha | | Fecha | |

ANEXO B: ENCUESTA A LOS TURISTAS

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES CARRERA DE TURISMO TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

La presente encuesta recopilará información para el “Diseño de rutas turísticas inteligentes para la parroquia de San Andrés, cantón Guano, provincia de Chimborazo” en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

Conceptos básicos

Turismo Inteligente: Destinos turísticos innovadores que faciliten las necesidades de los turistas a través de infraestructura tecnológica para generar un desarrollo sostenible a la población.

Fecha:

Herramientas tecnológicas: Diversos dispositivos o programas que permiten interactividad en el entorno, mejorando accesibilidad de atractivos y personalizando experiencia

- ¿Con qué genero se identifica usted?
- Masculino
 - Femenino
- ❖ ¿Lugar de procedencia?
- Ecuador
 - Latinoamérica
 - Europa
 - Norteamérica
 - Asia
 - África
- ❖ ¿Mediante qué organización planifica usted sus viajes turísticos?
- Agencia de viajes
 - Viaje independiente
- ❖ ¿A través de qué medio de comunicación usted se informa para realizar actividades turísticas?
- Operadoras de turismo
 - Televisión
 - Sitios web
 - Plataformas digitales
 - Amigos/familiares o trabajo
- ❖ ¿Cuál de estas herramientas tecnológicas le gustaría utilizar al realizar viajes turísticos?
- Turismo virtual
 - Realidad aumentada
 - Blogs de atractivos turísticos
 - Tarjetas inteligentes
 - Mapa de recorrido electrónico
 - Reservas en línea
 - Wi-fi gratis
- ❖ ¿Para qué actividades utilizaría códigos QR?
- Pagar taxis
 - Pedir comida
 - Comprobar tiempos de espera
 - Revisar mapas y rutas turísticas
- ❖ ¿Qué aplicaciones utilizaría para realizar reservas o pedidos y con qué frecuencia las realizaría?
- Booking
 - Airbnb
 - Indriver
 - WhatsApp
 - Siempre
 - A veces
 - Nunca
- ❖ ¿Qué métodos de pagos utilizaría al consumir productos o servicios?
- Transferencia bancaria
 - Tarjetas de créditos o débitos
 - Efectivo
- ❖ ¿Cree necesario la disponibilidad de mapas digitales para la visita a los sitios turísticos?
- Sí
 - No
 - Nada importante
 - Poco importante
 - Importante
 - Muy importante
- ❖ ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar?
- Turismo cultural
 - Turismo de aventura y deportivo
 - Turismo gastronómico
 - Turismo comunitario
 - Turismo educativo-científico
 - Turismo cultural y/o patrimonial
 - Ecoturismo
 - Etnoturismo
 - Turismo rural
 - Turismo de naturaleza
- ❖ ¿Qué factores favorecen su experiencia de turismo?
- Información
 - Alimentación
 - Hospedaje
 - Guías
 - Transporte
 - Tecnología
- ❖ ¿Con qué frecuencia realiza turismo en el año?
- Fines de semana
 - Cada 15 días
 - Mensualmente
 - Trimestral
 - Solo en feriados
- ❖ ¿Cuál es su presupuesto por día en sus visitas?
- Menos de \$ 20,00
 - \$21,00 - \$ 40,00
 - \$41,00 - \$ 60,00
 - \$ 61,00 a \$80,00
 - Más de \$ 81,00
- ❖ ¿Cuáles son los motivos de viaje?
- Vacaciones/Turismo
 - Congresos/Estudios
 - Visitas familiares/Amigos
 - Negocios/Trabajo
- ❖ ¿Qué actividades turísticas les agrada realizar?
- Fotografía
 - Caminata
 - Ciclismo de montaña
 - Andinismo y escalada
 - Camping
 - Snowboarding
 - Observación de flora
 - Observación de fauna
- ❖ ¿Conoce usted la parroquia San Andrés perteneciente al cantón Guano?
- Sí
 - No
- ❖ ¿Le gustaría conocer los atractivos turísticos que oferta la parroquia San Andrés?
- Sí
 - No
- ❖ ¿Le interesaría participar de un turismo inteligente en la parroquia San Andrés, donde se realce sus atractivos naturales, gastronómicos, artesanal, etc.?
- Sí
 - No

Glosario

Realidad aumentada: Es tecnología que permite al usuario visualizar de forma virtual parte del mundo real. **Snowboarding:** Es un tipo de modalidad de esquí que se practica sobre la nieve utilizando una tabla. Es un deporte de aventura que incluye una serie de movimientos y mecánicas similares a las que se practican con el surf