



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA.

ELABORACIÓN DE UNA REVISTA TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS
EXISTENTES EN EL CANTÓN ALAUSÍ PROVINCIA DE CHIMBORAZO CON
LA FINALIDAD DE DIFUNDIR EL ATRACTIVO Y MEJORAR EL FLUJO
TURÍSTICO.

Proyecto de investigación previo a la obtención de título de Tecnólogo en
Administración Turística y Hotelera

Autora: Andrea Fernanda Illapa Castillo

Tutor: Ing. Diego Jarrín. Mgs.

Quito, Enero 2017

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado de mi absoluta responsabilidad.

Andrea Fernanda Illapa Castillo

CC. 1725578791

ELABORACIÓN DE UNA REVISTA TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS EXISTENTES EN EL CANTÓN ALAUSÍ PROVINCIA DE CHIMBORAZO CON LA FINALIDAD DE DIFUNDIR EL ATRACTIVO Y MEJORAR EL FLUJO TURÍSTICO.

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Andrea Fernanda Illapa Castillo alumna de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

Andrea Fernanda Illapa Castillo

CC. 1725578791

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELLECTUAL

ELABORACIÓN DE UNA REVISTA TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS EXISTENTES EN EL CANTÓN ALAUSÍ PROVINCIA DE CHIMBORAZO CON LA FINALIDAD DE DIFUNDIR EL ATRACTIVO Y MEJORAR EL FLUJO TURÍSTICO.

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **Andrea Fernanda Illapa Castillo**.

Por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se lo denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se le denominará el "CESIONARIO", Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA, que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Turística Hotelera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "**ELABORACIÓN DE UNA REVISTA TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS EXISTENTES EN EL CANTÓN ALAUSÍ PROVINCIA DE CHIMBORAZO**", el cual incluye la elaboración de una revista de atractivos turísticos, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se

desarrolla la elaboración de una revista, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.) El Cesionario podrá explotar la revista, por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar, prohibir, entre otros: a) La reproducción a) La reproducción de la revista por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública de la revista; c) la distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, de la revista; e) La protección y registro en el IEPI de la revista, a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica de la revista; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El Cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura,

secuencia y organización, que es el objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTÍA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que derivan al mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia deriva de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un mediador del centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a la dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del centro de Arbitraje y Mediación de la cámara de Comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción

ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito, f) El idioma de arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, en caso de haberla, seguirá los mismo procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SEPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 9 días del mes de enero del dos mil diecisiete.

f) _____

f) _____

C.C. No. 1725578791

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CEDENTE

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios, a mis padres, a mi hermana, familia y amigos por todo el apoyo que me brindaron durante la carrera y por sus sabios consejos. Gracias a mi abuela por ser un ejemplo de lucha y perseverancia por demostrarme que si una lucha por sus objetivos los logra.

Gracias a todo el personal docente, mis maestros por inculcarme sus conocimientos y enseñanzas.

DEDICATORIA

A mis padres Narcisa y Fernando por nunca dejar de creer en mí y darme fuerza y ánimo para seguir día a día A mi hermana Nicole por su amor incondicional, a Christian por su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera a mi familia por apoyarme moralmente, a mis abuelos Piedad, Aurora y Nicolás que desde el cielo sé que se sentirán orgullosos de mí.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA	i
CESIÓN DE DERECHOS	ii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL ..	ii
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA.....	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xi
Tabla N° 1 Escala.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ABSTRACT	xviii
INTRODUCCIÓN	xix
CAPITULO I.....	1
1.0 Antecedentes.....	1
CAPITULO II.....	10
2.01 Mapeo de involucrados	10
2.02 Análisis de involucrados.....	12
2.03 Matriz de análisis de involucrados.....	13
CAPITULO III	15
3.00 Problemas y objetivos	15
3.01 Árbol de problemas	15
3.02 Árbol de objetivos.....	16
MEDIOS	16
CAPITULO IV	17
4.00 Análisis de alternativas.....	17
4.04 Matriz de análisis de impactos de objetivos.....	20
Tabla N° 7.....	20

Matriz de análisis de impactos de objetivos	20
4.03 Diagrama de estrategia	21
4.04 Matriz de Marco lógico	22
CAPITULO V	23
5.01.01 Análisis FODA.....	34
5.01.02 Investigación de mercado	35
5.01.03 Instrumentos de mercado.....	36
5.01.04 Población y muestra	37
5.01.05 Análisis de información.....	39
5.02 Descripción (de la herramienta o metodología que propones como solución)..	51
5.03 Formulación de proceso de la aplicación de la propuesta	52
CAPITULO VI	56
6.00 aspectos administrativos.....	56
6.01 recursos.....	56
6.02 Presupuesto.....	57
CAPITULO VII.....	60
7.00 Conclusiones y recomendaciones	60
7.01 Conclusiones.....	60
7.02 Recomendaciones.....	61
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	62
NETGRAFÍAS	64
Anexos.....	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Escala.....	8
Tabla N° 2 Matriz de análisis T.....	9
Tabla N° 3 Análisis de involucrados.....	12
Tabla N°4 Matriz de análisis de involucrados.....	13,14
Tabla N° 5 Categorías.....	17
Tabla N° 6 Matriz de análisis de alternativas.....	18
Tabla N° 7 matriz de análisis de impactos de objetivos.....	20
Tabla N° 8 matriz de marco lógico.....	22
Tabla N° 9 FODA.....	34
Tabla N°10 Genero.....	39
Tabla N°11 Edad.....	40
Tabla N° 12 Pregunta N°1.....	41
Tabla N° 13 Pregunta N°2	42
Tabla N° 14 Pregunta N°3	43
Tabla N° 15 Pregunta N°4.....	44

Tabla N° 16	Pregunta N°5.....	45
Tabla N° 17	Pregunta N° 6	46
Tabla N°18	Pregunta N°7.....	47
Tabla N° 19	Pregunta N°8.....	48
Tabla N° 20	Pregunta N°9	49
Tabla N° 21	Pregunta N°10	50
Tabla N° 22	Diagrama de Gantt.....	53,54
Tabla N°23	Presupuesto	57
Tabla N°24	Presupuesto de aplicación del proyecto.....	57
Tabla N° 25	Cronograma.....	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Mapeo de involucrados.....	10
Figura N° 2 Árbol de problemas.....	15
Figura N° 3 Árbol de objetivos.....	16
Figura N° 4 Diagrama de estrategia.....	21
Figura N° 5 Tabla INEC.....	37
Figura N°6 Genero.....	39
Figura N°7 Edad.....	40
Figura N° 8 Pregunta N° 1.....	41
Figura N° 9 Pregunta N° 2.....	42
Figura N° 10 Pregunta N°3.....	43
Figura N° 11 Pregunta N°4	44
Figura N°12 Pregunta N° 5.....	45
Figura N° 13 Pregunta N°6.....	46
Figura N°14 Pregunta N° 7.....	47
Figura N° 15 Pregunta N° 8.....	48
Figura N° 16 Pregunta N° 9.....	50
Figura N° 17 Pregunta N° 10.....	51

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1 Carta de respaldo G.A.D.M. Alausí.....	66
Anexo N° 2 Encuesta	67
Anexo N° 3 Revista de atractivos	69-74
Anexo N° 4 tríptico	75
Anexo N° 5 Alausí.....	76
Anexo N°6 Puente negro.....	79
Anexo N°7 Estación de ferrocarril	80
Anexo N° 8 Iglesia matriz y Parque 13 de noviembre.....	81
Anexo N° 9 San Pedro de Alausí	82
Anexo N° 10 Mirador Loma de Lluglly	84
Anexo N° 11 Avenida 5 de Junio	85
Anexo N°12 Ferrocarril.....	86
Anexo N° 13 Locomotora.....	87
Anexo N°14 Nariz del diablo	88
Anexo N° 15 Parque de los niños.....	89
Anexo N° 16 Plaza Eloy Alfaro.....	90
Anexo N° 17 Mapa Alausí.....	91

Anexo N°18 Alausí.....	91
Anexo N° 19 Reina de Turismo	92
Anexo N° 20 Estación de Bomberos	93
Anexo N°21 Ficha de inventario.....	94
Anexo N° 22 Ficha 1.....	94
Anexo N° 23 Ficha 2.....	97
Anexo N°24 Ficha 3.....	100
Anexo N° 25 Ficha 4.....	103
Anexo N° 26 Ficha 5.....	106
Anexo N° 27 Ficha 6.....	109
Anexo N°28 Ficha 7.....	112
Anexo N°29 Ficha 8.....	115
Anexo N°30 Ficha núcleo o de población local.....	118
Anexo N° 31 Análisis Urkund.....	120

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N° 1 Puente Negro.....	32
Imagen N° 2 Parque 13 de Noviembre.....	33
Imagen N° 3 Estación del Ferrocarril.....	33
Imagen N° 4 Iglesia Matriz.....	34
Imagen N° 5 Calle Larga.....	35
Imagen N°6 Mirador Loma Lluglly.....	36
Imagen N°7 Reloj Publico.....	37
Imagen N° 8 Nariz del Diablo.....	38

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto consiste en la elaboración de una revista de atractivos turísticos del Cantón Alausí, ubicado en la provincia de Pichincha.

El objetivo principal es dar a conocer los atractivos turísticos que alberga este cantón, propiciando el incremento de su actividad turística. Así mismo brindar información sobre este cantón a los turistas y beneficiar a los pobladores.

Se realizará una investigación sobre la historia de los atractivos turísticos tanto culturales como naturales, elaboración de entrevistas para conocer que tanto conocen los pobladores y la acogida que tendrá la revista, una vez elaborada la revista se la distribuirá por medio de los hoteles y restaurantes del cantón.

Se contará con el respaldo y apoyo del Municipio de Alausí tanto para la difusión, como para recepción de información.

Este proyecto tendrá siete capítulos, en los cuales se irá desarrollando de manera más específica los temas de la presente información.

ABSTRACT

This project consist on developing a magazine of the touristic attractions of Alausí canton, located on Pichincha province.

The main objective is to use the magazine to let people know about the touristic attractions on this canton and we think that will increase the touristic activity, sharing information to the tourist about the canton, this will benefit the people of the canton.

Its planned to develop an investigation about history of the attractions, the cultural and the natural ones, elaborate some interviews to know how much knowledge the native people has and the support the magazine will have, once developed, the magazine will be widespread on hotels and restaurants of the canton.

It will have the support of the municipality of Alausí, for the widespread and for the information reception.

This project will have nine chapters, on these chapters we will develop the topics more specifically and focused on the main objective of the project.

INTRODUCCIÓN

Durante décadas el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo, incluso superando a otras actividades generadoras de réditos económicos a nivel mundial, guardando una estrecha relación con el desarrollo, ya que se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos y tendencia, lo cual se refleja a través de un turista moderno, activo, en búsqueda de contacto con la naturaleza, valoración de la autenticidad cultural, la sostenibilidad ambiental, nuevas experiencias y actividades de riesgo, convirtiendo así al turismo en un motor del progreso socioeconómico.

Los atractivos turísticos constituyen un reflejo de la valoración diferenciada de recursos y lugares. Para comprender su configuración desde la espacialidad social se analizó el núcleo de atractivos patrimoniales, a través de la indagación del concepto de importancia científica.

Preservar y conservar los lugares turísticos de nuestra es muy importante porque fomenta el turismo y éste a su vez mejora la economía de las personas, así mismo cuidar la flora y fauna que es lo que da mucha importancia a nuestra región dentro del ámbito nacional e internacional, porque el turismo no solo es interno sino

también externo.

La preservación y restauración de atractivos turísticos, además de objetos antiguos, es de suma importancia para los municipios, debido al hecho de mantener viva la cultura e historia de un lugar, fomentando y fortaleciendo el orgullo de la cultura local y el conocimiento de su propia historia.

CAPITULO I

1.0 Antecedentes

Elaboración de una revista turística de los atractivos existentes en el cantón Alausí provincia de Chimborazo.

Tema: Teoría y desarrollo del turismo en el Ecuador

Autor: Fuentes Moreno, Aníbal Gonzalo

Institución: SINTESIS

Año: 2013

Conclusión: Este libro aportara para conocer como se ha ido desarrollando el turismo en el Ecuador con el paso de los años.

Tema: Destinos turísticos

Autor: Crespi, Monserrat; Planells, Margarita

Institución: SINTESIS

Año: 2011

ELABORACIÓN DE UNA REVISTA TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS EXISTENTES EN EL CANTÓN ALAUSÍ PROVINCIA DE CHIMBORAZO CON LA FINALIDAD DE DIFUNDIR EL ATRACTIVO Y MEJORAR EL FLUJO TURÍSTICO.

Conclusión: aportara para proporcionar información necesaria para desempeñar información sobre destinos turísticos se centra en la identificación de geografía y análisis de diferentes destinos turísticos.

Tema: Rol del guía, el. Como factor para el desarrollo y la calidad

Autor: García, Lilian Beatriz

Institución: Ladevi ediciones

Año: 2011

Conclusión: este libro nos aporta con la investigación para conocer cómo deben desarrollarse los guías cuál será su correcto desempeño con los grupos de turistas con esto tratar de que se motive más a los turistas.

Tema: Turismo y nuevas tecnologías: seminario técnico

Institución: ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO

Año: 2014

Conclusiones: el libro aportara para conocer las nuevas tecnologías que se están dando en lo que respecta a turismo, para tener un mejoramiento continuo en el turismo y su desarrollo.

Tema: Políticas y prácticas para el turismo mundial

Institución: ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO

Año: 2011

Conclusión: Aporta para la investigación este libro nos ayudara a conocer las políticas y prácticas que se deben aplicar al momento de realizar turismo.

1.01 Contexto.

Turismo en el Ecuador: Ecuador es un país con una vasta e inigualable riqueza natural y cultural. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a cientos de miles de especies de flora y fauna. Cuenta con alrededor de 1640 clases de pájaros.

Las especies de mariposas bordean las 4.500, los reptiles 345, los anfibios 358 y los mamíferos 258, entre otras. Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta, siendo además el mayor país con biodiversidad por km² del mundo. La mayor parte de su fauna y flora vive en 26 áreas protegidas por el Estado. Así mismo, ofrece atractivos históricos como Quito, gastronómicos, y una variedad de culturas y tradiciones.

Ecuador es surcado de norte a sur por una sección volcánica de la Cordillera de los Andes, con 70 volcanes, siendo el más alto el Chimborazo, con 6310 msnm.¹ Al oeste de los Andes se presentan el Golfo de Guayaquil y una llanura boscosa; y al este, la Amazonia. Es el país con la más alta concentración de ríos por kilómetro cuadrado en el mundo. En el territorio ecuatoriano, que incluye las islas Galápagos 1000 km al oeste de la costa, se encuentra la biodiversidad más densa del planeta.

El Ministerio de información y Turismo fue creado el 10 de agosto de 1992, al inicio del gobierno de Sixto Durán Ballén, quien visualizó al turismo como una actividad fundamental para el desarrollo económico y social de los pueblos. Frente al crecimiento del sector turístico, en junio de 1994, se tomó la decisión de separar al turismo de la información, para que se dedique exclusivamente a impulsar y fortalecer esta actividad. (Andrade .E.2016, pág. 56)

Turismo en Chimborazo: Ubicada en el centro del Callejón Interandino. Se extiende sobre la hoya del Chambo, la región montañosa de Pallatanga y parte de la hoya del Chanchán. Posee una superficie de 6569km². (Ocupa el décimo lugar entre las provincias más pequeñas del Ecuador).

La Provincia de Chimborazo cuenta con 10 cantones: Alausí, Colta, Cumandá, Chambo, Chunchi, Guamote, Guano, Pallatanga, Penipe, Riobamba.

La provincia también es conocida como “la provincia de las altas cumbres”, debido a que en este lugar encontramos el volcán Chimborazo, el monte más alto del país (6.310m), de majestuosidad y belleza impresionantes. Además el pico Quilimas (4.919m) y el nevado Altar (5.320m), de particular belleza por sus formas.

El volcán Chimborazo y el nevado Altar constituyen uno de los más importantes focos turísticos de la provincia; estas elevaciones, que atraen a numerosos contingentes de visitantes por su belleza, son un desafío para andinistas de todo el mundo.

La población se dedica principalmente a la agricultura; debido a la diversidad de climas, en esta provincia existe una gran variedad de productos como: cereales y leguminosas, siendo los principales productos maíz, cebada, papa, trigo, arveja tierna, lenteja, cebolla colorada, ajo, haba tierna y melloco, de clima frío y templado. En el subtrópico se produce café, cacao, yuca, banano, caña de azúcar y frutas, principalmente cítricos. Otras actividades de la economía de la provincia es la

ganadería, yacimientos de plata, cobre, oro, mármol, hierro, piedra caliza y azufre, artesanías, la apicultura, fabricación de tejas y ladrillos. (Ecuale, 2014).

Turismo en Alausí

Alausí es un cantón pequeño que está situado en la sierra andina de Ecuador específicamente a las afueras de la ciudad de Riobamba. Alausí es el lugar más cercano para dirigirse de tour hacia la Nariz del Diablo al igual que el cantón Guamote. La mayor parte de Alausí se centra especialmente en el turismo hacia la Nariz del Diablo, pero también este pequeño cantón tiene sus lugares y atractivos turísticos, en la cual podrán disfrutar junto a su familia o amistades. El cantón de Alausí es pequeño y sobresale su paz y tranquilidad que a muchos turistas les encanta mucho, en este sector podrá acampar con tranquilidad si quiere quedarse una noche o más y no es necesario que alquilen un hotel, ya que sus pobladores son amables y amistosos. Casi la mayoría de los habitantes de Alausí son indígenas de la zona, por lo regular le hablarán dos idiomas, primero el quichua y luego el español, así que no se preocupe si les hablan de diferentes formas. Cuando llegue a Alausí lo aconsejable es estar cómodo por este lugar, y algunos se preguntarán ¿cómo lo hacemos? es muy simple, primero se recomienda recorrer el cantón a pie, y no se preocuparse por que no se demorará nada su recorrido, una vez observado algunos lugares.

Entre los atractivos turísticos de Alausí están sus montañas y valles que están ubicados a los alrededores del pueblo de Alausí.

(Ecuador turístico, 2012).

1.02 Justificación

Al momento de elegir un tema de investigación se deben conocer las razones por las cuales se realizará la misma y los motivos por las cuales se considere que el tema es de interés.

Nuestro país Ecuador, es un sitio lleno de atractivos tanto naturales como culturales que son de gran interés tanto para personas nacionales como extranjeras. Tanto atractivos naturales o culturales aportan para conocimiento de historia, tradiciones, culturas, entre otras.

Debido a la baja promoción del Cantón Alausí, se tiene la necesidad de implementar una estrategia que aumente la promoción del cantón.

Para dar a conocer los atractivos de Alausí se piensa elaborar una revista que permita que tenga mayor acogida y una gran difusión.

Al elaborar la revista como medio de difusión, permitirá mejorar los ingresos para el cantón y para los habitantes del mismo, mejorará su calidad de vida.

Es importante preservar los atractivos naturales, recomendar a las personas que visitarán estos atractivos lo hagan sin dañarlos, teniendo el mayor cuidado que estos requieren.

Otra de las razones de esta investigación es que Alausí sea más conocido a nivel internacional por su belleza natural, que se promocionen sus atractivos y la historia de cada uno de ellos ya que han sido de vital importancia para este pequeño cantón.

1.03 Definición del problema central/ matriz T

Definición de problema central

Trata de la relación del problema con el medio en el cual surge y se desarrolla, lo mismo que el tratamiento de las características que inciden en la determinación del fenómeno y/o procesos. La descripción debe de resaltar la circunstancia problemática en relación con la investigación. (Coutino, 1998)

¿Qué es una matriz T?

Es una plantilla que contiene el resumen del proyecto o programa. Se compone, en general, de cuatro filas (horizontales) y cuatro columnas (verticales). Cada cuadro puede contener varias celdas por lo que también pueden existir varias hojas". (Coutino, 1998)

Tabla N°1

Escalas

1	Bajo
2	Medio bajo
3	Medio
4	Medio alto
5	Alto

Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: en la siguiente tabla de escalas se analizará y se ha utilizado números con sus respectivos calificativos, donde 1 es el más bajo y 5 el más alto, que se utilizará en la siguiente matriz que es el análisis de fuerza T, para calificar la intensidad y los potenciales de cambio de las fuerzas impulsadoras.

Tabla N°2

Matriz de Análisis T

Problema agravado	Problema central				Problema resuelto
Escasa visita de los turistas	Para promoción del cantón Alausí				Promoción de atractivos turísticos de Alausí
Fuerzas Impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
Interés y colaboración por parte del GAD.	5	4	4	3	Carencia de interés y apoyo del GAD.
Interés por parte de los habitantes del cantón.	4	3	3	3	Insuficiente interés de los habitantes del cantón.
Mantener los atractivos turísticos en buen estado y preservados.	5	4	4	4	Deterioro de los atractivos turísticos.
Conservar información sobre los atractivos.	4	3	4	4	Escasa información de los atractivos.
Contar con la publicidad necesaria del cantón y sus atractivos.	5	4	4	4	Carencia de publicidad tanto del cantón como de los atractivos.

Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: En la matriz de fuerzas T se muestran situaciones que empeoran el problema de cual se originan el tema de investigación y del cual se derribaron varias ideas positivas para mejorarlo, las mismas que son la solución al problema. También hay las fuerzas bloqueadoras que impiden que la investigación se la realice a cabalidad y de igual manera ideas negativas que bloquean la situación de mejora para cada idea, se originan los porcentajes en intensidad (I) y en potencial de cambio (PC).

CAPITULO II

2.00 Análisis de involucrados

2.01 Mapeo de involucrados

Involucrados directos

Involucrados indirectos

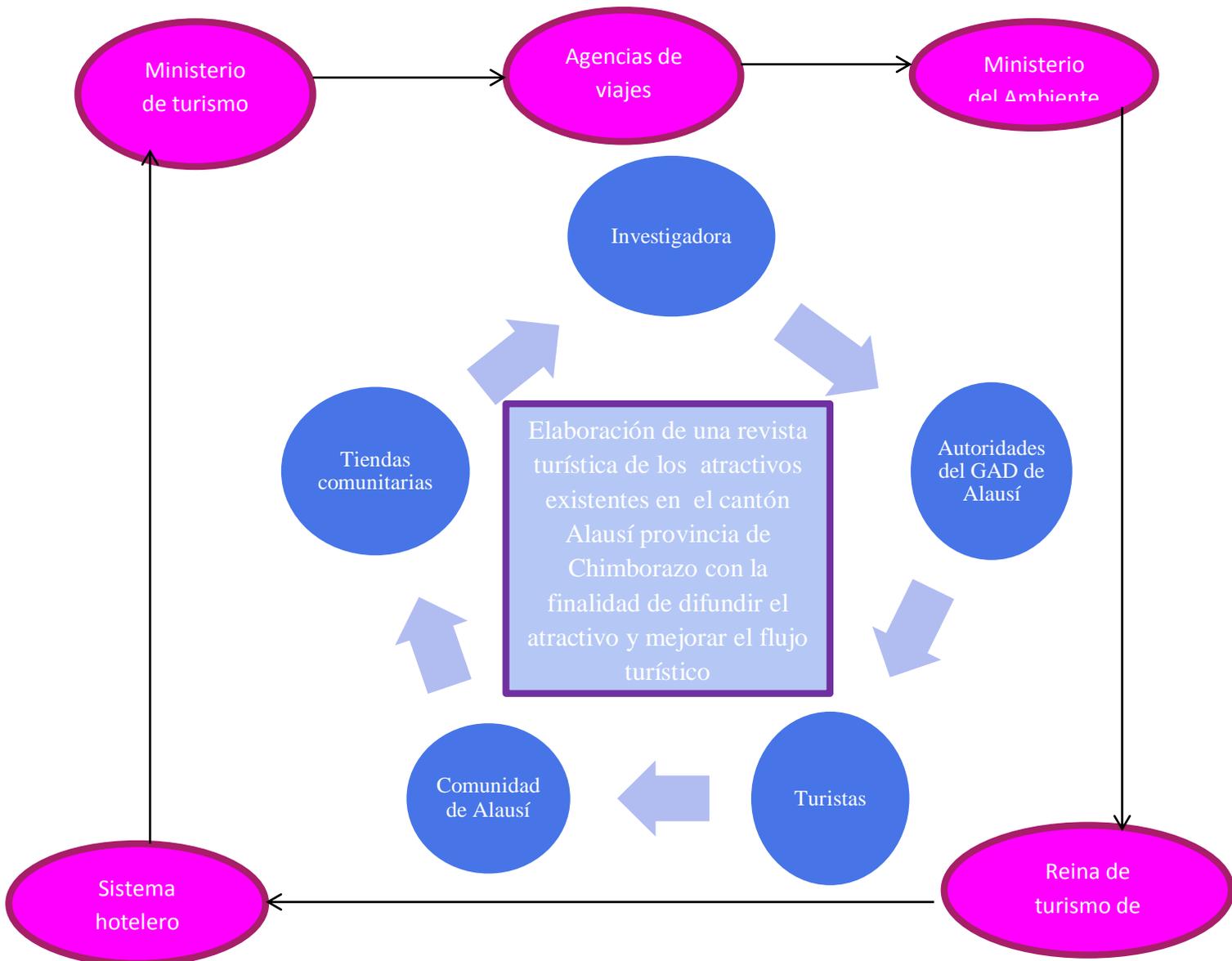


Figura N°1

Nombre: Mapeo de involucrados

Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: en esta figura ubicamos a las entidades y personas involucradas en la realización del presente proyecto, ya sea de manera directa o indirectamente.

Para una mayor distinción la figura lleva dos colores diferentes para los involucrados directos e indirectos. Cada uno de los involucrados tiene diferente participación en la investigación pero como su nombre lo dice los involucrados directos será quien más intervenga en la investigación.

Los involucrados directos de esta investigación serán:

- ✓ Investigadora: encargada de recolectar y realizar toda la investigación.
- ✓ Autoridades del GAD de Alausí: quienes facilitaran la información y respaldo a la investigadora.
- ✓ Turistas: son los que obtendrán la revista con los atractivos.
- ✓ Comunidad de Alausí: quienes apoyaran a la difusión de la revista una vez termina.
- ✓ Tiendas de Alausí: de donde los turistas podrán llevarse recuerdos agradables y también la revista.

Como involucrados indirectos tenemos:

- ✓ Ministerio de Turismo
- ✓ Agencia de viajes
- ✓ Ministerio del Ambiente
- ✓ Reina de Turismo de Alausí
- ✓ Sistema hotelero

2.02 Análisis de involucrados

Tabla N°3

Nombre: Análisis de involucrados

BENEFICIARIOS	DIRECTOS	INDIRECTOS	%
Ministerio de Turismo		X	10%
Agencia de viajes		X	5%
Investigadora	X		25%
Sistema hotelero		X	5%
GAD Alausí	X		10%
Ministerio del Ambiente		X	5%
Turistas	X		10%
Reina de turismo Alausí		X	5%
Comunidad de Alausí	X		15%
Tiendas de la comunidad de Alausí	X		10%
TOTAL			100%

Análisis: en esta matriz se realizó un listado de los involucrados directos e indirectos, anteriormente en el mapeo de involucrados se diferenció con una (X) a que grupo pertenecían los involucrados si eran directos o indirectos, y se les asignó un porcentaje que va de acuerdo con la investigación y el grado de involucramiento que tienen hasta llegar al 100%.

2.03 Matriz de análisis de involucrados

Tabla N° 4

Matriz de análisis de involucrados

Actores involucrados	Interés sobre el problema central	Problemas percibidos	Recursos, mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Ministerio de Turismo		Escasa promoción de Alausí	Proyecto de desarrollo del turismo en Ecuador	Énfasis en la creación de la revista	Déficit de interés por parte del ministerio para llevar a cabo el proyecto.
Agencia de viajes	Impulsar a realizar paquetes turísticos a Alausí.	Poco interés en la realización de una promoción de Alausí	Promoción del turismo en la Provincia de Chimborazo cantón Alausí	Crear un paquete donde se dé a conocer los atractivos	Que la investigación no tenga el realce necesario
Investigadora	Realizar una revista con la que sobresalgan y llamen la atención los atractivos turísticos	Escasa existencia de flujo y descuido de algunos de los atractivos.	La investigadora se regirá a los mandatos de la comunidad	Promover a que la revista sea de interés	Al momento de levantar información sea de manera errónea.
Sistema hotelero	Serán beneficiados económicamente	Hasta que tenga el realce necesario la demanda será baja.	Servicios de hospedaje y alimentación	Énfasis en la difusión de la revista.	El flujo turístico sea menor al esperado
GAD Alausí	No han realizado una correcta promoción de los atractivos que tienen.	Deterioro de algunos atractivos	Tiene la capacidad de brindar la información necesaria para el proyecto	Alto interés por la realización de la revista	Escasos recursos económicos para la realización del proyecto.

Ministerio del Ambiente	Mayor conservación de atractivos naturales	Poca información de atractivos naturales.	Proyecto de conservación de atractivos naturales.	Énfasis en que se destaque los sitios.	Poco apoyo a la realización del proyecto
Turistas	No conocen los lugares turísticos con los que cuenta Alausí	Inadecuada información falta de promoción.	Promover el turismo en este cantón y en la provincia en general.	Los turistas conocerán lugares nuevos que los sorprenderán	El proyecto no tenga la acogida necesaria por los turistas.
Reina de turismo Alausí	No realizar investigaciones de su cantón	No realizar ningún tipo de promoción	Crear una ruta de sus atractivos para complementar los con la revista.	Aportar con toda la información necesaria.	No pueda aportar con la información requerida.
Comunidad de Alausí	No conocen la historia de los atractivos	No están informados	Informarse para que puedan ser guías de los lugares.	Incrementar a su economía.	No apoyen a la difusión de la revista.
Tiendas de la comunidad de Alausí	Bajas ventas por la falta de visita de turistas	Baja economía	Innovación y promoción en los productos	Crece económicamente	Que no lleguen los turistas esperados.

Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: en esta matriz de involucrados se detalló el interés por el problema central de cada uno de los involucrados directos e indirectos, se ha detallado los problemas percibidos a los que se enfrentan cada uno de los involucrados, el interés que se pondrá al proyecto y los posibles conflictos potenciales que se presentara a lo largo del desarrollo de este proyecto.

CAPITULO III

3.00 Problemas y objetivos

3.01 Árbol de problemas

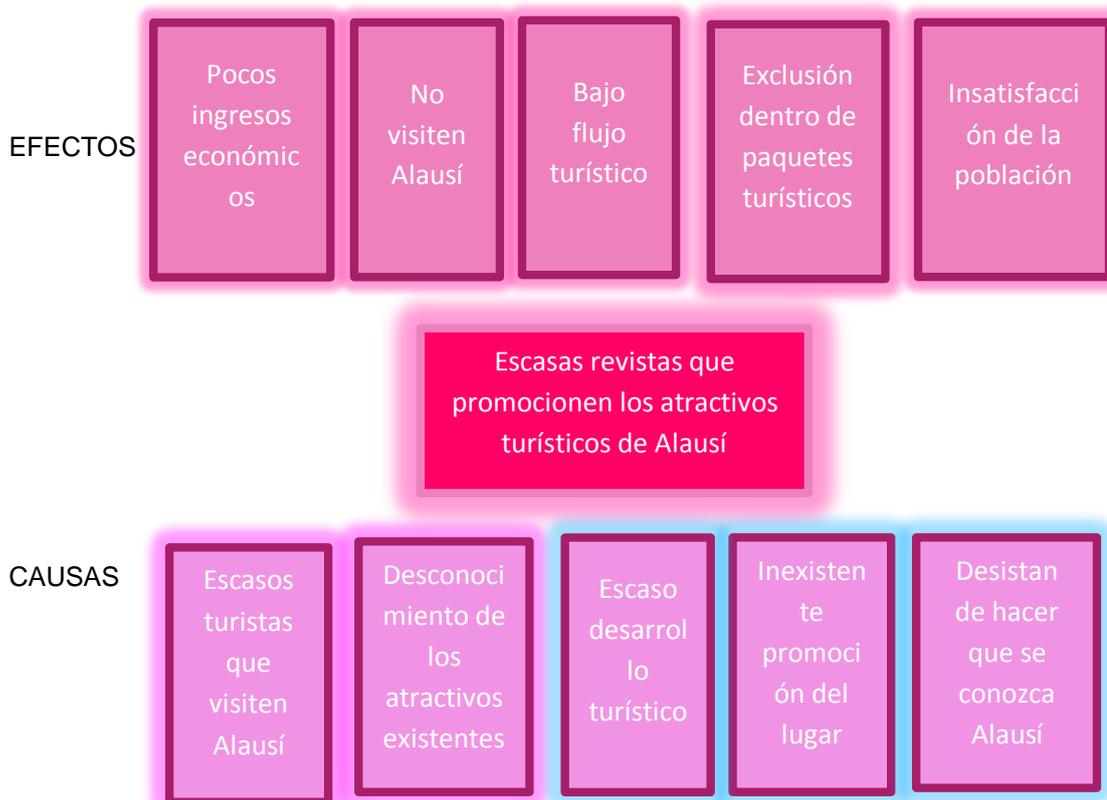


Figura N°2
Árbol de Problemas
Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: en el árbol de problemas se ha detallado e identificado las causas y los efectos del problema. En el cual identificamos como afecta esto al cantón Alausí y a su desarrollo turístico. Como se puede notar, la falta de información y la escasa promoción de sus atractivos es la principal causa de que no lleguen a este lugar, tantos turistas como se esperaría.

3.02 Árbol de objetivos

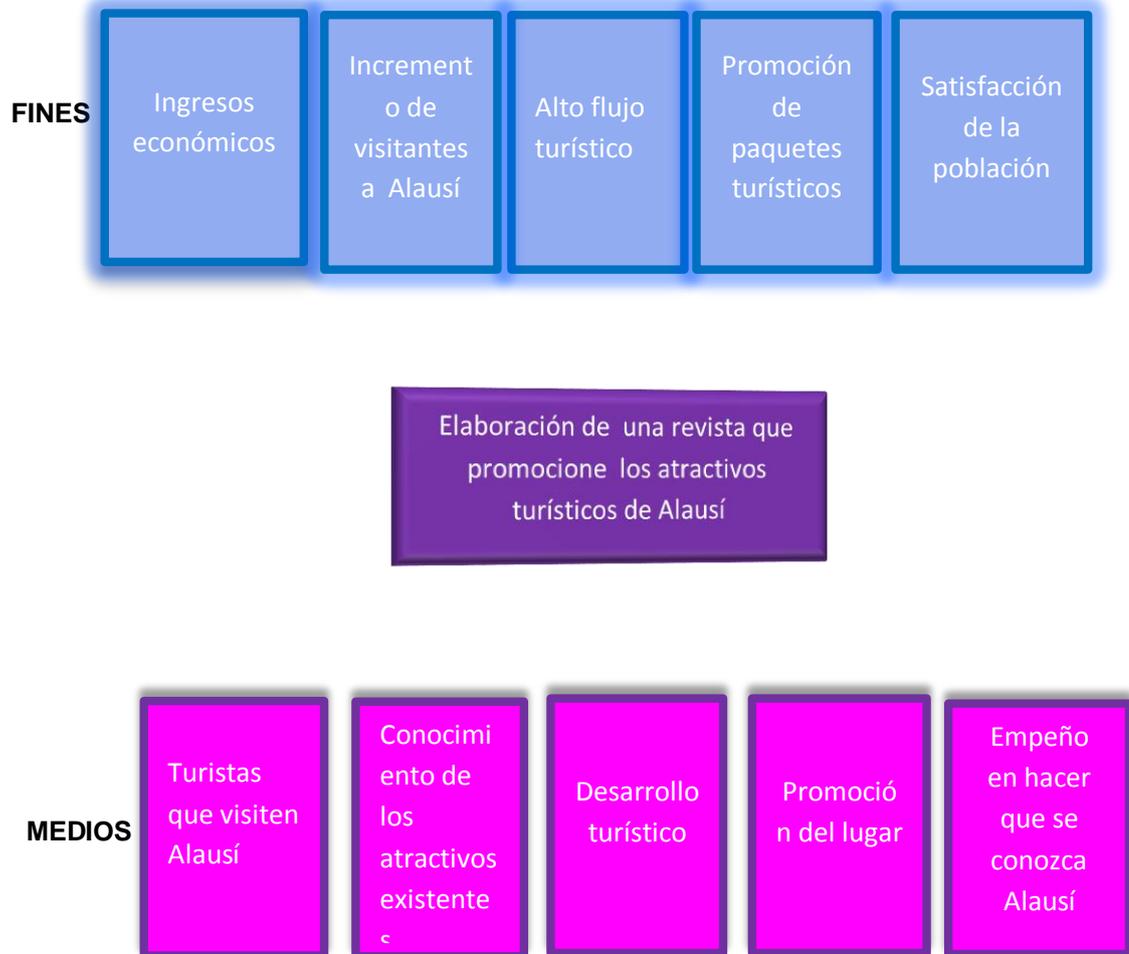


Figura N°3
Árbol de Objetivos
Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: Para la realización del árbol de objetivos tomamos en cuenta el árbol de problemas, al cual lo convertiremos en ideas positiva. Para así buscar las posibles soluciones a la problemática del presente proyecto

CAPITULO IV

4.00 Análisis de alternativas

¿Qué es una matriz? Es un instrumento que es conveniente utilizar como parte del diseño de un proyecto o actividad y tiene distintos objetivos. Utilizar esta matriz sirve para visualizar de manera anticipada los posibles efectos para encontrar la ejecución del proyecto o actividad a nivel de los distintos actores sociales de la comunidad.

(Camacho & Prieto, 1995)

¿Qué es análisis de alternativas?

Tiene por objetivo caracterizar la situación deseable que se quiere alcanzar, a mediano plazo y establecer la forma en que se organizan los recursos del proyecto.

(Bares, Bejarano, & Del Risco, 1987)

Tabla N°5

Categorías

1-5	Baja
6-11	Media baja
12-17	Media alta
18- ?	Alta

Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: la presente tabla se utilizara para la realización de la siguiente matriz, para completar cada uno de los ítems que se vayan presentando. Las categorías irán en el cuadro final una vez analizadas los ítems anteriores.

Las categorías serán calificadas donde de 1 a 5 es bajo, 6 a 11 media baja, 12 a 17 media alta y de 18 en adelante se lo considera alta.

Tabla N°6 Matriz de Análisis de alternativas

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad Política	Total	Categorías
Incentivar a los turistas que visiten y conozcan Alausí	4	2	3	3	2	14	Media Alta
Inventariar los atractivos con los que cuenta	3	2	2	2	2	11	Media baja
Recolectar la información necesaria de Alausí	4	2	2	4	2	14	Media alta
Adecuada conservación de los lugares de atracción	5	5	4	2	3	19	Alta
Difusión y promoción de Alausí	4	4	3	2	5	18	Alta
TOTAL	21	15	14	13	14	76	Alta

ELABORACIÓN DE UNA REVISTA TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS EXISTENTES EN EL CANTÓN ALAUSÍ PROVINCIA DE CHIMBORAZO CON LA FINALIDAD DE DIFUNDIR EL ATRACTIVO Y MEJORAR EL FLUJO TURÍSTICO.

Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: en este cuadro se detalla el grado de factibilidad que tiene cada uno de los objetivos, y las actividades que se realizarán para que se lleven a cabo los mismos, y así mismo conoceremos la categoría que tendrá cada uno de estos objetivos.

4.04 Matriz de análisis de impactos de objetivos

Tabla N° 7

Matriz de análisis de impactos de objetivos

OBJETIVOS	Finalidad de lograrse (alta-media-baja) (1-2-1)	Impacto a género (alta-media-baja) (1-2-1)	Impacto ambiental (alta-media-baja) (4-1-1)	Relevancia (alta-media-baja) (4-1-1)	Sostenibilidad (alta-media-baja) (4-2-1)	TOTAL
	Aumentar el flujo turístico en el cantón Alausí	Incentivar a para que visiten Alausí	Causa impacto a todos los géneros	El impacto que causa es medio no se afecta al medio ambiente.	Aumentar el flujo de las visitas.	Fortalecer la promoción.
Contar con la información necesaria		Mejorar y clarificar la información con la que se cuenta	No causa impacto ambiental .	Los turistas y los habitantes estén bien informados.	Personal bien capacitado e informado.	31-41 Media baja
Contar con el financiamiento necesario		Todos los géneros	No causa impacto ambiental .	Conseguir el financiamiento necesario.	Se podrá sacar a delante el proyecto.	42-52 Media alta
Interés de los habitantes de difundir su cantón.		Todos los géneros	No causa impacto ambiental .	Crecimiento de los recursos del cantón.	Alausí aumentara sus recursos económicos y será desarrollado y conocido.	55-66 Alta.
Aumento del flujo turístico en el cantón.		Todos los géneros	Se impulsará a que los turistas cuiden los atractivos.	Crecimiento económico.	El cantón sea más desarrollado en turismo.	67 en adelante Alta

Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: esta tabla detalla los objetivos, así como a quienes beneficiara, la relevancia que causara, si tendrá o no impacto ambiental y también a cada uno de los actores que intervengan y el impacto que tendrá.

4.03 Diagrama de estrategia

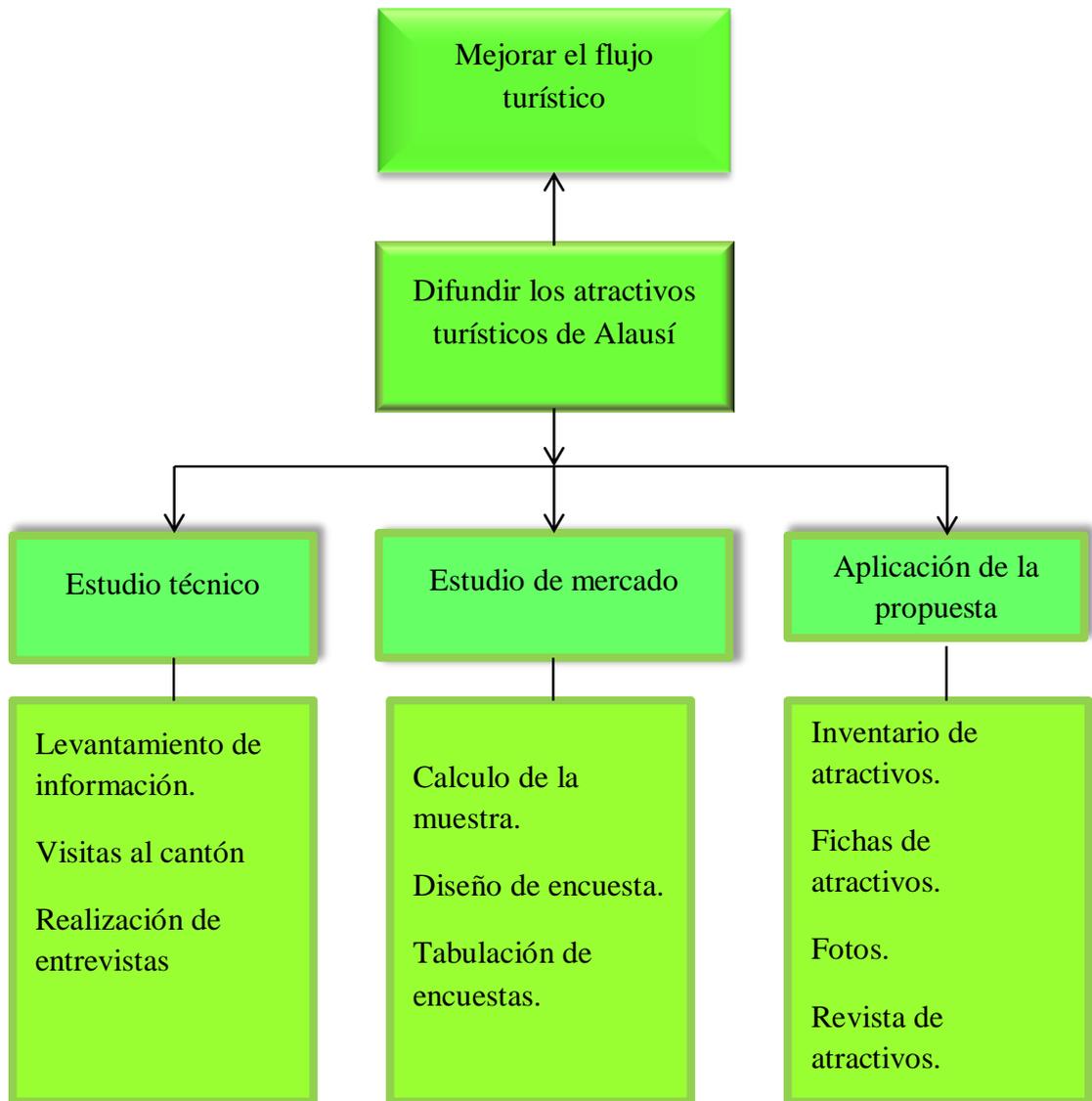


Figura N°4

Diagrama de estrategias

Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: en esta figura se analizará los diferentes estudios que se debe realizar para la aplicación de la propuesta, analizamos cuáles serán las actividades que se realizarán para el estudio técnico y estudio de mercado.

Al momento de realizar las tareas, hay la posibilidad de que se tenga que incrementar más actividades a cada uno de los factores analizados.

4.04 Matriz de Marco lógico

Tabla N° 8
Matriz de Marco lógico

Objetivo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Mejorar el flujo turístico	Lograr que el número de visitantes al cantón Alausí se incremente para el año 2017.	Encuestas Estadísticas Entrevistas	Una mayor cantidad de turistas visiten el cantón
Difundir los atractivos turísticos de Alausí	Difundir los atractivos de tal manera que aumenten en un 80% para el 2017 y para el año 2018 en 100%.	Encuestas Estadísticas Entrevistas	Contar con los recursos necesarios
Estudio técnico Estudio de mercado Aplicación de la propuesta	Culminar con el 100% del trabajo para el mes de noviembre.	Encuestas Estadísticas Entrevistas	Obtener el mayor apoyo de todos los involucrados.
Levantamiento de información. Visitas al cantón. Inventario de atractivos.	Realización de entrevistas Realización de encuestas	Facturas Proformas Tabulación de las encuestas	Recopilar toda la información necesaria

Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: en la matriz de marco lógico analizaremos los objetivos, finalidad, propósito, componentes y actividades planteadas anteriormente. También encontraremos los indicadores que se plantean a futuro para el cumplimiento del proyecto, medios de verificación serán los que nos ayuden a comprobar que las actividades se cumplan.

CAPITULO V

5.01 Propuesta

5.01 Antecedentes/ de la herramienta o metodología como solución

¿Qué es plan?

Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra.

(Perèz & Merino, 2016)

¿Qué es proyecto?

Un conjunto de elementos técnicos, administrativos (contables y de organización) y económico- financiero, que organizan el proceso de transformación para su evaluación y ejecución.

(Barreyro, 2011)

¿Qué es flujo turístico?

Un flujo turístico son las corrientes de turistas que se desplazan a nivel mundial, este flujo se divide en dos:

Regiones emisoras:

-Emiten, innovan el turismo.

Regiones receptoras:

-Reciben a los turistas, tienen grandes y gran variedad de atractivos.

(Novato, 2015)

¿Qué son destinos turísticos?

Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística.

(Jacome, 2011)

¿Que son recursos turísticos?

Son sitios naturales y manifestaciones culturales que merezcan ser visitadas o admiradas por los visitantes. Son el fundamento para el desarrollo posterior de la atracción y son la materia prima de futuras atracciones.

(Plan de Tour, 2013)

¿Que son Atractivos turísticos?

Son todos los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica.

(OMT, 2011)

Clasificación de atractivos turísticos

Los atractivos turísticos se clasifican de la siguiente manera:

Atractivos turísticos naturales

Son todos los elementos de la naturaleza con determinada atracción que motiva al sujeto a dejar su lugar de origen por un determinado tiempo, con la finalidad de satisfacer necesidades de recreación y esparcimiento como lo son: los bosques, playas, lagos, lagunas, aguas termales, entre otras.

(UCMEX, 2011)

Manifestaciones culturales

Para Anguita (2012), la cultura popular y tradición incluye todo lo que hace referencia al conjunto de manifestaciones culturales de material como son: la música, los instrumentos, los bailes, los rituales, así como todas aquellas otras que tienen carácter tradicional.

Por otra parte, Mendoza, Girón y Garrido (2011, p: 38), las definen como la expresión de arte más antigua que existe a través de ella se comunican sentimientos, alegrías, tristeza, amor, vida y muerte. Así mismo para la INDECOLP (2012), plantea que las manifestaciones culturales de una comunidad abarcan, aquella expresión heredada que comunica y representa ciertas actividades de comunidad.

(Acuña, 2012)

¿Qué es revista?

Una revista es una publicación impresa que es editada de manera periódica (por lo general, semanal o mensual). Al igual que los diarios, las revistas forman parte de los

medios gráficos, aunque también pueden tener su versión digital o haber nacido directamente en Internet.

Con el auge de las nuevas tecnologías y de Internet han tenido lugar dos acontecimientos dentro de lo que es el ámbito de las revistas. Así, por un lado, nos hemos encontrado con el nacimiento y desarrollo de revistas web que no se realizan en papel, sino que sus lectores sólo pueden leerlas en la Red. Y, por otro lado, se ha producido una gran apuesta por parte de las revistas que salen de la imprenta que han tomado la decisión de tener también su versión en Internet.

(Perez & Merino, 2011)

¿Cuáles son los elementos de diseño de una revista?

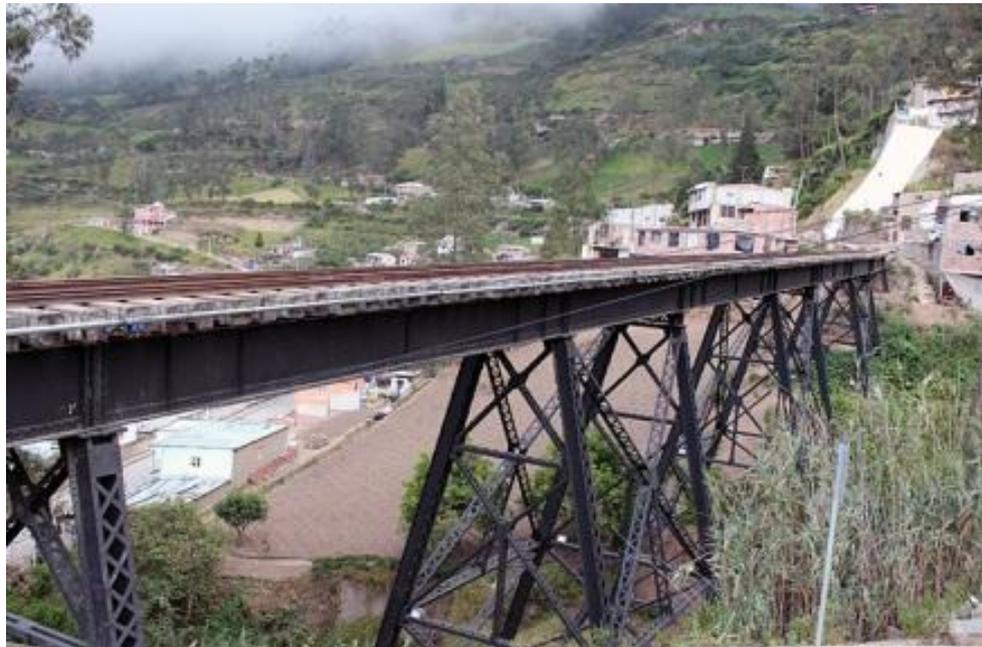
- ✓ **Portada:** Es el gancho principal para vender. Es una herramienta de marketing muy potente y podríamos decir que es la pieza clave. En la portada siempre deberemos incorporar el nombre de la publicación junto al tema principal y subtemas que se abordarán en las páginas interiores.
- ✓ **Formato:** No existe un tamaño estándar para una publicación. La elección de las medidas de una revista depende mucho de su facilidad en el manejo, los condicionantes de la imprenta y la adaptación del contenido.
- ✓ **Estructura:** publicación tiene que estructurar los diferentes contenidos que aparecen. Lo más habitual es jerarquizar los artículos o reportajes por orden de importancia y por secciones. Utilizar una estructura u otra determinará que una revista tenga más ritmo y sea más ágil su lectura. También hay que contemplar la correcta colocación de la publicidad. Lo más idóneo es situarla antes y después de los textos más cortos.

- ✓ **Tipografía:** Hay que escoger la tipografía que más se adecue al contenido de la publicación y a su estilo. Debe ser fácil de leer. Si se combinan diferentes fuentes hay que saber utilizarlas correctamente para no generar caos.
- ✓ **Imágenes y gráficos:** El uso de imágenes es fundamental para apoyar el texto y dar información añadida de forma visual. Siempre tienen que ser de alta calidad para una correcta impresión. Los gráficos, por su parte, amplían la información y apoyan algún aspecto tratado en el artículo.

Información de atractivos turísticos del cantón Alausí

- ✓ **Puente Negro**

Imagen N° 1



Considerada como una obra maestra de aquel tiempo (1903) además es considerado el puente más largo de la línea férrea ya que tiene casi 200 m de largo y 65 m de alto.

Puente negro relacionada con anexo N° 20, ficha N°1.

✓ **Parque 13 de noviembre**

Imagen N° 2



En el parque 13 de noviembre se encuentra la Iglesia Matriz, el Monumento a la Libertad y tiene un bello entorno paisajístico natural, urbano y de jardinería.

Parque 13 de noviembre relacionado con Anexo N° 21, ficha N°2.

✓ **Estación de ferrocarril**

Imagen N° 3



Desde la Estación del Ferrocarril, que se encuentra en el corazón mismo de la ciudad y forma parte en una fascinante aventura hacia la Nariz del Diablo, cuyo recorrido atraviesa inigualables paisajes y diversidad cultural.

Esta obra, realizada a punta de músculo, pico, pala y dinamita, con ingenieros y técnicos anglo-norteamericanos, llegó a Alausí en 1901.

Fecha de Construcción

Es un atractivo arquitectónico de gran importancia porque su construcción es muy antigua data del año 1910, este lugar fue un hospital de recuperación de los trabajadores ferroviarios tanto de la Costa como de la Sierra que fue construida por los norteamericanos.

Estación de ferrocarril relacionado con Anexo N°22, Ficha N° 3.

✓ **Iglesia Matriz** **Imagen N° 4**



El templo mide 50 metros de longitud por 18 metros de latitud descontando el grueso de las paredes que son anchas y bien construidas.

Su fachada es de estilo gótico – romano con piedra y columnas rectas, se destaca la imagen de Cristo Rey, en su interior encontramos un retablo, en sus columnas existen volutas con arcos de medio punto, en el centro hay un mosaico característico de estilo corintio, las torres eran ovaladas pero con el terremoto de 1961 se destruyeron por lo que fueron remodeladas de otra forma, dentro de la iglesia podemos apreciar imágenes como son: San Pedro, Santa Mariana de Jesús, Señor resucitado entre otros y datan del siglo XIX.

¹ Iglesia matriz relacionada con Anexo N° 23, ficha N° 4.

✓ **Calle larga**

Imagen N° 5



Fue la primera calle construida en la ciudad por su longitud y estreches popularmente llamada “Calle Larga” une el parque central que está ubicada en la iglesia Matriz llamada también Simón Bolívar, es una de las más antiguas de la ciudad.

Antiguamente la calle larga empezaba desde la calle Sucre, por donde la mayoría de fallecidos eran trasladados hasta el cementerio. En la actualidad la calle se ha extendido algunos metros más.

Hoy en día la calle se puede observar colorida y llena de alegría, ya que las casas son adornadas con brillantes flores y adornos de colores.

A esta calle también se le denomina "Calle de las Brujas", maestros y abuelos nos hacían creer que allí existe la caja ronca, el cura sin cabeza.

Calle larga relacionada con Anexo N° 24, ficha N°5.

✓ Mirador Loma de Llugly

Imagen N° 6



En el mirador natural de la loma de Llugly', se localiza la escultura monumental (21 metros de altura total) de San Pedro, construida en el 2001 por Eddie Crespo.

Mirador loma de lluglly relacionado con Anexo N° 25, ficha N° 6.

✓ **Reloj Público**

Imagen N° 7



La construcción del edificio se realizó en el año de 1897 en la época del Teniente Fiallo. Este edificio de estilo neoclásico y uno de los mejores de la época, el reloj fue traído en el año de 1908 desde Alemania para luego colocarse en este lugar, y ser el primer reloj público, y es de marca J. F WEULE y fabricado por la Compañía BOKENEM en 1903.

Encontramos cuatro réplicas similares de este reloj: Checoslovaquia, Alemania, Argentina, Ecuador (Alausí).

Este edificio tiene dos pisos y un mirador donde podemos apreciar toda la ciudad, se encuentra ubicado en la calle Sucre entre La Villalba y García Moreno.

Reloj publico relacionado con Anexo N° 26, ficha N° 7.

✓ **Nariz del Diablo**

Imagen N° 8



El obstáculo más grande al que se enfrentó la obra del ferrocarril transandino fue la Nariz del Diablo, una montaña con paredes casi perpendiculares. Para salvar este obstáculo se construyó una vía en zig-zag que supera un desnivel de 500 metros en apenas 12 km de vertiginosa subida o bajada, y que sigue siendo hoy en día una impresionante obra de ingeniería. Además, descubriremos la hoya del río Chanchán y las tradiciones y cosmovisión de los Puruhuas en Sibambe.

(Tren Ecuador, 2011)

Nariz del Diablo relacionado con Anexo N° 27, ficha N° 8.

5.01.01 Análisis FODA

Tabla N° 9
FODA

Factor interno	Fortalezas	Debilidades
Factor externo	Alausí posee varios atractivos tanto naturales como culturales que son de interés para los turistas.	Falta de financiamiento para promocionar los atractivos del cantón.
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias FA
Medios electrónicos para difusión de Alausí. Como pueden ser las TIC'S.	Promocionar los atractivos tanto naturales como culturales con los que cuenta Alausí, con la ayuda de medios electrónicos como redes sociales.	Llegar a acuerdos con GAD para que apoye financieramente a la promoción de sus atractivos.

Amenazas	Estrategias DO	Estrategias DA
<p>Escaso conocimiento de los turistas sobre el cantón Alausí y sus atractivos.</p>	<p>Crear un perfil en redes sociales para difundir el turismo en Alausí.</p>	<p>Elaborar una revista de los atractivos de Alausí para difundir los atractivos, y conseguir el apoyo del GAD para la difusión y entrega de las revistas.</p>

Elaborado por: Andrea Illapa

5.01.02 Investigación de mercado

Definición de Schoell y Guiltinan (2011): La investigación de mercados es la función que enlaza al consumidor, el cliente y el público con el mercadólogo a través, de la información:

Información utilizada para identificar y definir las oportunidades y problemas de la mercadotecnia; generar, refinar y evaluar sus acciones; monitorear las actividades o desempeño y mejorar el entendimiento de la mercadotecnia como un proceso.

Especifica la información requerida para dirigirse a estos temas, diseña el método para la recolección de información, administra e implanta el proceso de recolección de datos y comunica los resultados y sus efectos.

En el proceso de investigación de mercados para que los resultados sean precisos y objetivos, los investigadores de mercado deben aplicar el método científico; además de ser ordenados y racionales en el enfoque, ser objetivos y evitar cualquier

propensión a la intervención personal en su trabajo, cabales e imparciales e interpretar los resultados honestamente.

(Bartesaghi, 2011)

Philip (2011), define "la investigación de mercados como "el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemáticos de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa".

5.01.03 Instrumentos de mercado

Un instrumento de investigación es la herramienta utilizada por el investigador para recolectar la información de la muestra seleccionada y poder resolver el problema de la investigación, que luego facilita resolver el problema de mercadeo.

Lo que permite operatividad a la técnica es el instrumento de investigación. Sea clara que en ocasiones se emplean de manera indistinta las palabras técnica e instrumento de investigación; un ejemplo es lo que ocurre con la entrevista que es una técnica, pero cuando se lleva a cabo, se habla entonces de la entrevista como instrumento.

Las técnicas más comunes que se utilizan en la investigación cualitativa son la observación, la encuesta y la entrevista y en la cuantitativa son la recopilación documental, la recopilación de datos a través de cuestionarios que asumen el nombre de encuestas o entrevistas y el análisis estadístico de los datos. No es la finalidad de esta investigación mostrar en forma amplia las características de las técnicas e instrumentos de investigación más usados en la investigación, sólo es la de comentar brevemente su presencia en una investigación.

(Martinez, 2013)

5.01.04 Población y muestra

Población: es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado.

Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio. (Wigodski, 2010)

Cantones	Hombres	%	Mujeres	%	Total
Cayambe	41.967	3,3%	43.828	3,3%	85.795
Mejía	39.783	3,2%	41.552	3,1%	81.335
Pedro Moncayo	16.311	1,3%	16.861	1,3%	33.172
Pedro Vicente Maldonado	6.735	0,5%	6.189	0,5%	12.924
Puerto Quito	10.774	0,9%	9.671	0,7%	20.445
Quito	1.088.811	86,7%	1.150.380	87,1%	2.239.191
Rumiñahui	41.917	3,3%	43.935	3,3%	85.852
San Miguel de los Bancos	9.413	0,7%	8.160	0,6%	17.573
Total	1.255.711	100%	1.320.576	100%	2.576.287

Figura N°5

Tabla INEC

Fuente: INEC

Elaborado por: Andrea Illapa

Muestra: la muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población.

Hay diferentes tipos de muestreo. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población.

Fórmula:

$$n = \frac{N * p * q (Z)^2}{N - 1 (e)^2 + p * q (Z)^2}$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

N: Población o universo

Z: Base el nivel de confianza 95%

p: Probabilidad de éxito 50%

q: Probabilidad de fracaso 50 %

e: Margen de error 5%

$$n = \frac{20.018 * 0.50 * 0.50 (1.95)^2}{20.018 - 1 (0.05)^2 + 0.50 * 0.50 (1.95)^2}$$

$$n = \frac{5004.5 * 3.80}{19.018 * 0.0025 + 0.25 * 3.80}$$

$$n = \frac{19017.1}{47.545 + 0.95}$$

$$n = \frac{19017.1}{47545.95}$$

$$n = 380$$

Análisis

La muestra se tomó considerando la población de la ciudad de Quito, la encuesta fue aplicada en distintos sectores de la ciudad como lo son norte, centro y sur ,principalmente en lugares de mayor afluencia de turistas, universidades

principalmente a estudiantes de la carrera de turismo, familias ya que serán las que ayuden a la difusión de la revista y que el proyecto tenga la acogida necesaria y además se requiere conocer que personas conocen o han escuchado hablar sobre el Cantón y sus diferentes atractivos.

5.01.05 Análisis de información

Datos generales

Tabla N°10
Genero

	#	Porcentajes
Femenino	210	55%
Masculino	170	45%
Total	380	100%

Elaborado por: Andrea Illapa

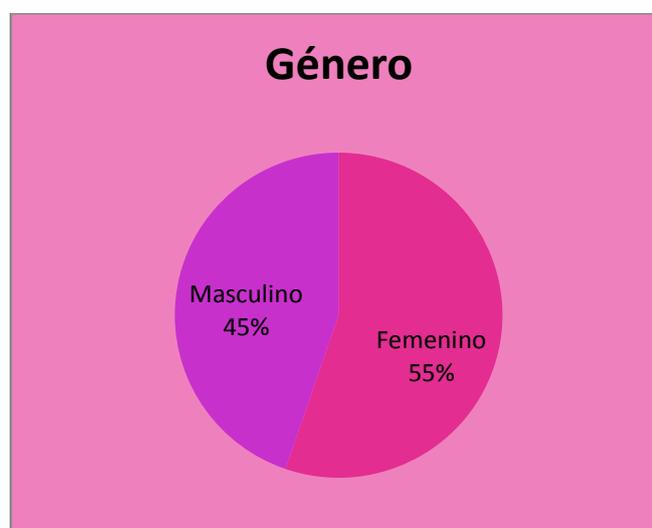


Figura N°6

Genero N° 1

Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: de 380 personas encuestadas, el 55% que representa a 210 personas pertenecen a género femenino, mientras que el 45% que son 170 personas pertenecen

al género masculino. Lo que representa que la mayoría de personas encuestadas son de género femenino.

Edad

Tabla N°11

Edad

	#	Porcentaje
18-26	120	32%
26-40	180	47%
41 en adelante	80	21%
Total	380	100%

Elaborado por: Andrea Illapa



Figura N°7

Edad

Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: el 32% de los encuestados son de 18- 26 años y representan 120 personas; de 26 a 40 años corresponde al 47% siendo un total de 180 personas; de 41 en adelante corresponde al 21% representando un total de 80 personas. El mercado en el que más acogida tendrá sería el comprendido entre las edades de 26 a 40 años.

1.- ¿Conoce el cantón Alausí?

Tabla N° 12
Pregunta N° 1

	#	Porcentaje
Si	180	47%
No	200	53%
Total	380	100%

Elaborado por: Andrea Illapa



Figura N° 8
Pregunta N° 1
Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: el 47% que equivale a 180 personas respondió que si conoce el cantón Alausí; 200 personas representando el 53% respondió que no conoce el cantón. Como se puede notar la mayor parte de las personas que realizaron la encuesta no conocen el cantón por lo tanto el presente proyecto será una manera de que lo conozcan y se incremente el flujo turístico.

2.- ¿Qué es lo que más le gusta de este cantón?

Tabla N° 13
Pregunta N°2

	#	Porcentaje
Atractivos turísticos	190	50%
Fiestas populares	100	26%
Edificaciones	60	16%
Otro(s)	20	5%
Ninguno de los anteriores	10	3%
Total	380	100%

Elaborado por: Andrea Illapa

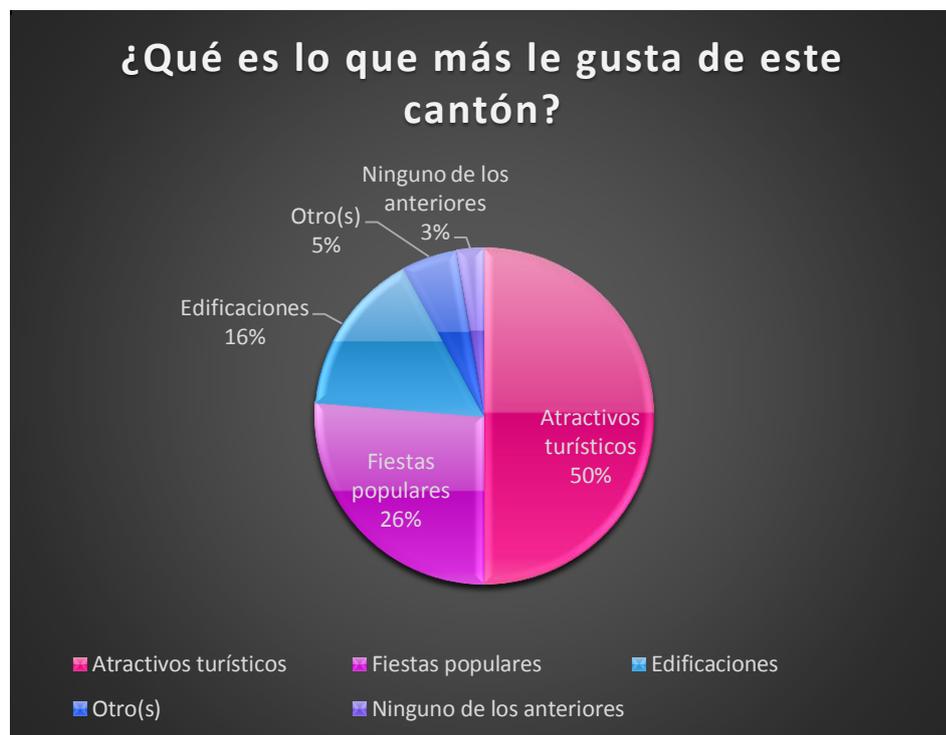


Figura N° 9
Pregunta N° 2
Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: el 50% que equivale a 190 personas prefiere los atractivos turísticos del cantón; el 26% representando a 100 personas gusta de las fiestas populares; 16% equivalente a 60 personas prefiere edificaciones, 5% 20 personas optaron por otros y 3% que son 10 personas respondió que ninguno de los anteriores. La preferencia por los atractivos turísticos le dará gran realce a la revista para su mejor promoción y aceptación.

3. Considera usted que el Cantón Alausí es un atractivo turístico del Ecuador.

Tabla N° 14
Pregunta N°3

	#	Porcentaje
Si	310	82%
No	70	18%
Total	380	100%

Elaborado por: Andrea Illapa



Figura N° 10
Pregunta N°3

Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: de la encuesta aplicada a 310 personas correspondiente al 82%, respondieron que si consideran Alausí como un atractivo turístico del Ecuador; 70 personas correspondiente al 18% de encuestados respondieron que no consideran como un atractivo del Ecuador al cantón, por lo tanto, tiene gran potencial para ser uno de los lugares más visitados por los turistas.

4. Recomendaría a otras personas que visiten este cantón

Tabla N° 15
Pregunta N°4

	#	Porcentaje
Si	350	92%
No	30	8%
Total	380	100%

Elaborado por: Andrea Illapa



Figura N° 11
Pregunta N°4
Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: 350 de las personas que corresponden al 92% encuestada recomendarían a otros que visiten Alausí, 30 personas correspondientes al 8% no lo recomendarían visitar el cantón. La mayor parte de la población lo recomienda lo que es de gran beneficio porque se realiza publicidad boca a boca del sitio.

5. ¿Ha leído algún tipo de información sobre Alausí?

Tabla N° 16
Pregunta N°5

	#	Porcentaje
Si	150	39%
No	230	61%
Total	380	100%

Elaborado por: Andrea Illapa

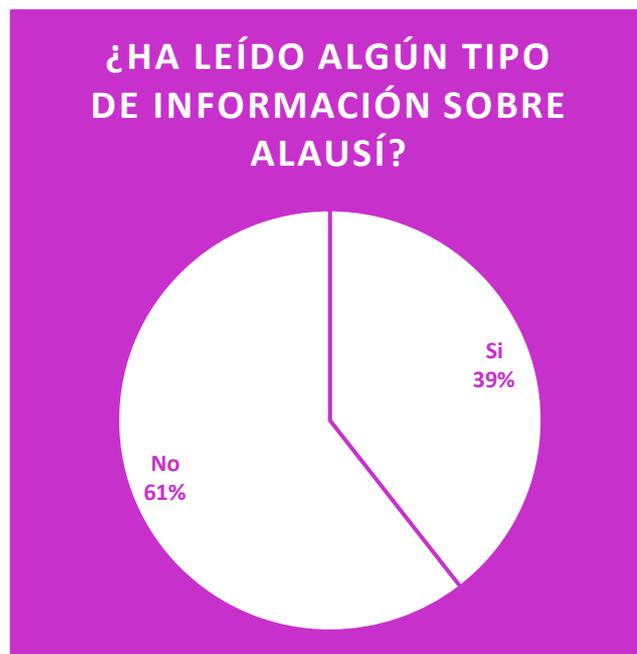


Figura N°12
Pregunta N° 5
Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: de las personas encuestadas 150 correspondiente al 39% que ha leído algún tipo de información sobre Alausí; 230 de las personas correspondientes al 61%

no han leído ningún tipo de información sobre el cantón. Por lo cual es muy importante facilitarles la información.

6. ¿Si su respuesta anterior fue Si, a través de qué medio ha recibido información?

Tabla N° 17
Pregunta N° 6

	#	Porcentaje
Internet	150	40%
Revista	70	18%
Redes sociales	130	34%
Periódico	20	5%
Otros	10	3%
Total	380	100%

Elaborado por: Andrea Illapa

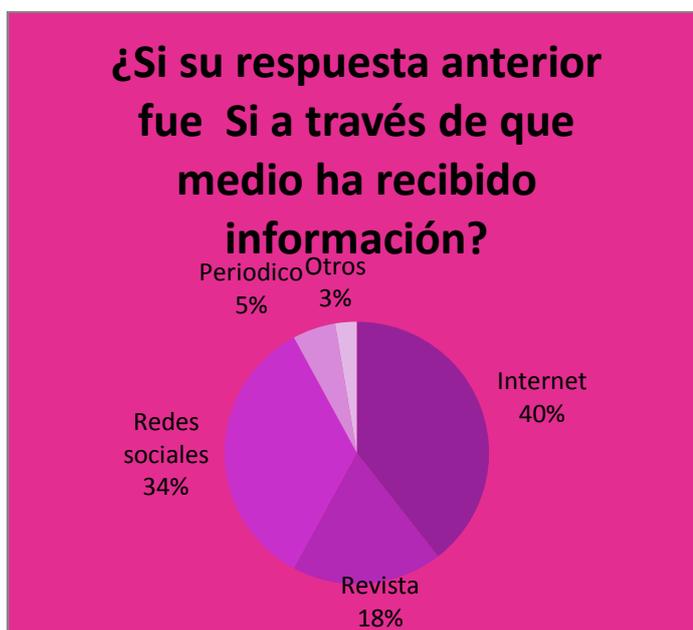


Figura N° 13
Pregunta N°6
Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: de las personas encuestadas 150 que corresponde al 40% ha recibido información a través de internet; 34% correspondiente a 130 personas ha recibido

información, por medio de redes sociales; 18% correspondiente a 20 personas recibido información por medio de revistas; 5% que son 20 personas se ha informado por medio de periódico y el 3% correspondiente a 10 personas respondió que por medio de otros. La mayoría de personas que si han leído algo sobre el cantón lo han hecho por medio de internet, lo cual facilitara que sean más las personas que conozcan y visiten el cantón.

7. ¿Cree usted que hace falta más publicidad a este sitio?

Tabla N°18
Pregunta N°7

	#	Porcentaje
Si	250	66%
No	130	34%
Total	380	100%

Elaborado por: Andrea Illapa



Figura N°14
Pregunta N° 7
Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: el 66% de la población encuestada que corresponde a 250 personas cree que hace falta publicidad para este sitio; el 34% correspondiente a 130 personas

respondió que no cree que sea necesario incrementar la publicidad del lugar. La mayoría de las personas concuerdan en que al cantón Alausí le hace falta publicidad para que su flujo turístico crezca.

8. ¿Considera que la elaboración de una revista de atractivos, favorecerá a la promoción?

Tabla N° 19
Pregunta N°8

	#	Porcentaje
Si	320	84%
No	60	16%
Total	380	100%

Elaborado por: Andrea Illapa



Figura N° 15
Pregunta N° 8
Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: el 84% que son 320 personas encuestadas considera que la elaboración de una revista de atractivos favorecerá a la promoción del cantón; el 16% que representa a 60 personas respondió que no considera que favorecerá a la promoción. Con la encuesta realizada podremos darnos cuenta que el proyecto tendrá la aceptación necesaria y la factibilidad esperada, la mayoría de personas concuerda que sería beneficioso la revista de atractivos.

9. ¿Recibiría una revista para conocer más sobre los atractivos de Alausí?

Tabla N° 20
Pregunta N°9

	#	Porcentaje
Si	360	95%
No	20	5%
Total	380	100%

Elaborado por: Andrea Illapa



Figura N° 16
Pregunta N° 9
Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: de las personas encuestadas 360 que corresponde el 95% respondió que si aceptaría una revista para conocer y estar informados sobre los atractivos de Alausí; el 5% que equivale a 20 personas respondió que no la aceptaría. La revista tendría la aceptación esperada por la mayoría de personas, lo que ayudara a que el proyecto sea exitoso.

10. ¿De los siguientes atractivos cual le llama más la atención?

Tabla N° 21

Pregunta N°10

	#	Porcentaje
Estación de ferrocarril	160	47%
Nariz del diablo	170	44%
Puente negro	30	8%
Monumento San Pedro de Alausí	20	1%

Total	380	100%
-------	-----	------

Elaborado por: Andrea Illapa



Figura N° 17
Pregunta N° 10
Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: de las personas encuestadas el 47% que corresponde a 160 personas respondió que el atractivo que más le llama la atención es la nariz del diablo; 44% correspondiente a 170 personas respondió que le llama más la atención la estación de ferrocarril; 8% correspondiente a 30 personas prefiere el puente negro y 1% equivalente a 20 personas prefiere el monumento de san Pedro de Alausí. Mediante los resultados podemos darnos cuenta que la mayoría de la población prefiere visitar la nariz del diablo, el cual constituye uno de los atractivos naturales y muy importantes de Alausí.

5.02 Descripción (de la herramienta o metodología que propones como solución)

El proyecto consiste en la elaboración de una revista de atractivos turísticos con la finalidad de aumentar el flujo turístico del Cantón Alausí provincia de Chimborazo.

Lo que se busca es que el cantón tenga mayor afluencia de visitantes.

Con lo cual los habitantes se verían beneficiados económicamente por la demanda de turistas, aparte de la elaboración de la revista de atractivos, se utilizarán materiales de apoyo como:

Revista: la cual contara con los diferentes atractivos del cantón, ubicación, geografía, entre otros.

Tazas decoradas: con los diferentes atractivos de Alausí como fondo.

Toma todos: en envase de color blanco, con fotos de lo más representativo de Alausí, como por ejemplo la estación de ferrocarril, entre otros.

Trípticos: A4 de tamaño (9.9mm x 21mm) papel couche de primera calidad, impresión full color.

Dípticos: tamaño (200mm x 210mm) papel brillante impresión full color.

Llaveros personalizados: con la imagen del Santo del Cantón San Pedro.

5.03 Formulación de proceso de la aplicación de la propuesta

Estrategias:

- ✓ Brindar información de calidad en cuanto a la revista de atractivos del lugar, la cual sea sencilla de entender.

- ✓ Lograr el compromiso de los habitantes del cantón para que conserven y realicen más publicidad.
- ✓ A través de la elaboración de la revista los ciudadanos del cantón tendrán una herramienta más para la publicidad e incremento de turistas.
- ✓ Por medio de redes sociales promocionar los atractivos, por ser el medio más utilizado hoy en día por la mayoría de personas.

Tabla N° 22

Diagrama de Gantt

Actividad	Responsable	Tiempo(meses)							
		Abril	Mayo	Jun	Jul	Agos	Sep	Oct	Nov
1. Análisis de la situación.	Investigadora								
2. Elaboración, presentación y aprobación del tema.	Investigadora, Directora de carrera, coordinadora de proyectos								
3. Realización de capítulo 1, antecedentes, contexto, justificación. Capítulo 2 análisis de involucrados, matriz de análisis de involucrados.	Investigadora								
4. Capítulo 3									

<p>problemas y objetivos. Capítulo 4 análisis de alternativas</p> <p>Revisión de capítulos.</p>	<p>Investigadora y tutor de tesis.</p>								
<p>5. Capítulo 5 propuesta, aplicación de encuestas, tabulación y análisis.</p>	<p>Investigadora</p>								
<p>Capítulo 6 aspectos administrativos y capítulo 7 conclusiones recomendaciones.</p> <p>Revisión y correcciones</p>	<p>Investigadora</p>								
<p>Revisión, aprobación y lectoría.</p>	<p>Tutor de tesis y lector de tesis</p>								

Elaborado por: Andrea Illapa

Análisis: el presente diagrama representa cada una de las actividades realizadas durante el periodo de investigación y realización del presente proyecto, así como las estrategias que serán puestas en práctica para el incremento de visitas al cantón.

Se puede visualizar quien es el responsable de cada una de las actividades, se contó con el apoyo de personas altamente calificadas.

CAPITULO VI

6.00 aspectos administrativos

6.01 recursos

RECURSOS HUMANOS: en la investigación se utilizaron recursos humanos por que tanto el investigador como los involucrados directos e indirectos tendrán intervención en la investigación y cada institución o entidad que se tomó en cuenta están regidas por personas que las lideran y también el turista.

- ✓ Investigadora → Andrea Illapa
- ✓ Tutor → Diego Jarrín
- ✓ Lectora → Ing. Viviana Gangotena
- ✓ Personal del GAD → Oswaldo Tello
- ✓ Pobladores del cantón
- ✓ Turistas

RECURSOS MATERIALES: para la elaboración de la investigación se utilizaron varios materiales como:

- ✓ Impresiones
- ✓ Copias
- ✓ Anillado
- ✓ Carpetas
- ✓ Empastado

RECURSOS TECNOLÓGICOS: los recursos tecnológicos que se utilizaron para la investigación fueron:

- ✓ Laptop
- ✓ Impresora
- ✓ Internet
- ✓ Copiadora
- ✓ Cámara fotográfica

6.02 Presupuesto

Tabla N°23
Presupuesto

Material	Valor
Impresiones	\$25.00
Copias	\$6.00
Carpetas	\$4.00
Internet	\$30.00
Movilización	\$50.00
Anillado	\$7.00
Empastado	\$15.00
Total	\$137.00

Elaborado por: Andrea Illapa

Tabla N°24
Presupuesto de aplicación del proyecto

Material	Cantidad	Valor
Impresión de revistas	10	\$100
Trípticos	50	\$125
Pulseras	50	\$100
Tazas decorados	25	\$125

Total		\$450
--------------	--	-------

6.03 Cronograma

¿Qué es?

El cronograma, es una herramienta muy importante en la gestión de proyectos. Puede tratarse de un documento impreso o de una aplicación digital; en cualquier caso, el cronograma incluye una lista de actividades o tareas con las fechas previstas de su comienzo y final.

Para que sirve:

Para fijar los tiempos de ejecución de las fases de un proyecto.

Tabla N° 25

Cronograma

NOMBRE DE LA TAREA	DURACIÓN	COMIENZO	FIN	NOMBRES DE LOS RECURSOS
TITULACION: Período 16-16	273 días	Vie 15/04/16	Vie 15/04/17	
Elaboración de proyecto de titulación	115 días	Jue 09/06/16	Mie 09/11/16	Dirección de carrera; Unidad de titulación; Tutor; Estudiante
Avance 30% (inicial)	36 días	Jue 09/06/16	Lun 25/07/16	Dirección de carrera; Tutor; Estudiante
Avance 60% (intermedio)	35 días	Mar 26/07/16	Lun 12/09/16	Dirección de carrera; Tutor; Estudiante
Avance 100% (final)	44 días	Mar 13/09/16	Mie 09/11/16	Dirección de carrera; Tutor; Estudiante
Entrega de borrador final (revisión 1)	2 días	Jue 10/11/16	Vie 11/11/16	Dirección de carrera; Tutor; Estudiante
Revisión URKUND	3 días	Lun 14/11/16	Mie 16/11/16	Tutor
Entrega de borrador final (revisión 2)	2 días	Jue 17/11/16	Vie 18/11/16	Estudiante
Aprobación del proyecto de titulación por parte del tutor	4 días	Lun 21/11/16	Jue 24/11/16	Tutor
Lectoría del proyecto de titulación	3 días	Vie 25/11/16	Mar 29/11/16	Lector; Director de carrera
UDT recepta listados de estudiantes que pueden imprimir sus trabajos (UDT-LES-1816)	1 día	Mie 07/12/16	Mie 07/12/16	Dirección de carrera
Entrega listado UDT-LES-1616 con requisitos completos para asignación de tribunales a UDT	1 día	Sab 10/12/16	Sab 10/12/16	Secretaría General
Empastamiento de proyectos de titulación	3 días	Vie 16/12/16	Mar 20/12/16	Estudiante

Entrega de empastados y 2 CDs a las direcciones de carrera	2 días	Jue 05/01/17	Vie 06/01/17	Estudiante
Publicación de tribunales en la página web	1 día	Jue 12/01/17	Jue 12/01/17	
Primer proceso de sustentación ordinario	29 días	Lun 16/01/17	Mar 21/02/17	

CAPITULO VII

7.00 Conclusiones y recomendaciones

7.01 Conclusiones

- ✓ Alausí a pesar de ser un cantón pequeño cuenta con varios atractivos que le permitirán desarrollarse económicamente, aumentando su flujo turístico si es que hay una buena gestión de los mismos.
- ✓ Tiene el potencial y los servicios necesarios para que los turistas se sientan cómodos al visitar el cantón.
- ✓ Mientras más turistas lleguen a este lugar, su desarrollo será mejor y generará más fuentes de empleo para los habitantes.
- ✓ El presente trabajo ayuda a conocer y recabar la información necesaria tanto de atractivos del cantón, como su historia, tradiciones y fiestas populares que son importantes para su desarrollo cultural.
- ✓ La revista se encontrará disponible en agencias de viajes que sean de mayor afluencia de turistas, también serán repartidas en instituciones de turismo y en el propio cantón.
- ✓ Las páginas en redes sociales contarán con información de importancia, fotos que sean de agrado de las personas que las visiten.
- ✓ El GAD del cantón en conjunto con la reina de turismo serán los principales motores para que siga el flujo de turistas.

7.02 Recomendaciones

- ✓ Se recomienda al GAD de Alausí apoyar al desarrollo del mismo y cuidar el patrimonio con el que cuenta.
- ✓ A los habitantes del cantón se recomienda cuidar sus atractivos naturales, cuidarlos y conservarlos para que sigan creciendo como cantón y los sigan visitando a lo largo del tiempo.
- ✓ Recomiendo al Ministerio de Turismo poner énfasis en estos cantones pequeños para que su belleza sea conocida a nivel tanto nacional como internacional.
- ✓ Cada uno de los involucrados deben buscar diferentes estrategias para conseguir que la visita de turistas aumente en grandes cantidades.
- ✓ Recomiendo se busque más recursos para la promoción y difusión del cantón.
- ✓ Difundir el presente proyecto con la finalidad que sea una guía de apoyo para más estudiantes.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acuña. (2012). *Virtual Urbe*. Obtenido de Virtual Urbe:
<http://virtual.urbe.edu/tesispub/0095216/cap02.pdf>
- Bares, F., Bejarano, A., & Del Risco, F. (1987). En e. a. Bares. Bogota: Dri-Pan.
- Barreyro, H. (2011). Taller para la Preparación de Proyectos de Inversión. Documento base. En H. Barreyro, *Taller para la Preparación de Proyectos de Inversión. Documento base* (págs. 6-7). Venezuela : IICA Biblioteca Venezuela.
- Bartesaghi, I. (2011). *Investigación de mercados*. UDELAR-RRII.
- Camacho, G., & Prieto, M. (1995). Genero y Desarrollo Rural; Manual de Autocapacitacion para Operadores de Proyectos y Guia para el Facilitador. En G. Camacho, & M. Prieto, *Genero y Desarrollo Rural; Manual de Autocapacitacion para Operadores de Proyectos y Guia para el Facilitador* (pág. 107). Quito : Pasquel Producción de publicaciones .
- Jacome, L. (18 de junio de 2011). *Blogspot*. Obtenido de Blogspot:
<http://admhotelera1.blogspot.com/2011/02/destinos-turisticos-httpwww.html>
- Martinez, V. (2013). Metodología de investigación . En J. L. Alavarez, *Fundamentos y Metodología* (págs. 103-104). Mexico : Paidos .
- Moreno, E. (2013). *Instrumentos de investigación*. Bogota.
- Novato, A. (21 de Abril de 2015). *Brainly*. Recuperado el 04 de Septiembre de 2016, de Brainly: <http://brainly.lat/tarea/1300407>
- OMT. (2011). Mincetur. En O. m. turismo, *Conceptos basicos de turismo* (pág. 4). Madrid . Obtenido de Mincetur .
- Perez, J., & Merino, M. (2011). *Definición*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2016 , de Definición: <http://definicion.de/revista/>
- Perèz, J., & Merino, M. (2016). *Definición*. Recuperado el 30 de Agosto de 2016, de <http://definicion.de/plan/>
- Plan de Tour, 2. (Febrero de 2013). *Ecostravel*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2016, de Ecostravel: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Tren Ecuador*. (2011). Recuperado el 26 de Noviembre de 2016, de Tren Ecuador.

UCMEX, A. (18 de ABRIL de 2011). *SLIDESHARE*. Obtenido de SLIDESHARE:

<http://es.slideshare.net/angelucmex/definicion-atractivos-naturales-3763186>

Wigodski, J. (14 de Julio de 2010). *Blogspot*. Recuperado el 5 de Septiembre de 2016, de

Blogspot: <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

NETGRAFÍAS

Acuña. (2012). *Virtual Urbe*. Obtenido de Virtual Urbe:

<http://virtual.urbe.edu/tesispub/0095216/cap02.pdf>

Novato, A. (21 de Abril de 2015). *Brainly*. Recuperado el 04 de Septiembre de 2016, de

Brainly: <http://brainly.lat/tarea/1300407>

Perèz, J., & Merino, M. (2016). *Definición*. Recuperado el 30 de Agosto de 2016, de

<http://definicion.de/plan/>

Wigodski, J. (14 de Julio de 2010). *Blogspot*. Recuperado el 5 de Septiembre de 2016, de

Blogspot: <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

2020, P. d. (Febrero de 2013). *Ecostravel* . Recuperado el 26 de Noviembre de 2016, de

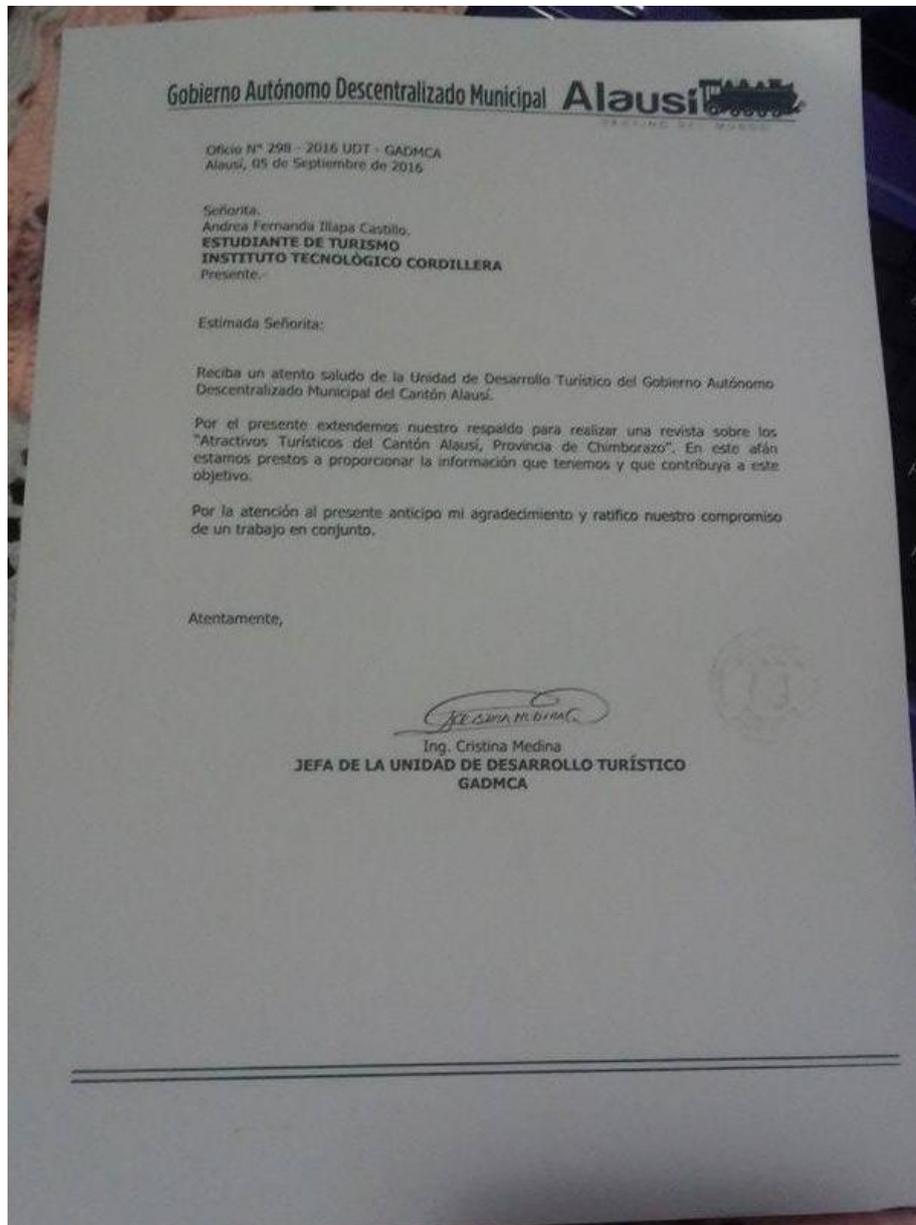
Ecostravel : <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>



ANEXOS

Anexo N° 1

Carta de Respaldo Gobierno Autónomo descentralizado Alausí



ELABORACIÓN DE UNA REVISTA TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS EXISTENTES EN EL CANTÓN ALAUSÍ PROVINCIA DE CHIMBORAZO CON LA FINALIDAD DE DIFUNDIR EL ATRACTIVO Y MEJORAR EL FLUJO TURÍSTICO.

Anexo N° 2

Encuesta

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Objetivo: Aplicar la presente encuesta con la finalidad de realizar mi proyecto de tesis.

Marque con una X el ítem que crea conveniente según su criterio.

Datos Generales

Edad 18-26 26- 40 41 en adelante

Género Masculino Femenino

1. Conoce el cantón Alausí

Sí No

2. ¿Qué es lo que más le gusta de este cantón?

Atractivos Turísticos

Fiestas populares

Otro(s)

Ninguno de los anteriores

3. Considera usted que el Cantón Alausí es un atractivo turístico del Ecuador.

Sí No

4. Recomendaría a otras personas que visiten este cantón

Sí No

5. Ha leído algún tipo de información sobre Alausí

Sí No

6. ¿Si su respuesta a la pregunta anterior fue SI a través de que medio ha recibido información?

Internet

Revista

Redes sociales

Periódico

Otros

7. ¿Cree usted que hace falta más publicidad a este sitio?

Sí No

8. ¿Considera que la elaboración de una revista de atractivos, favorecerá a la promoción?

Sí No

9. ¿Recibiría una revista para conocer más sobre los atractivos de Alausí?

Sí No

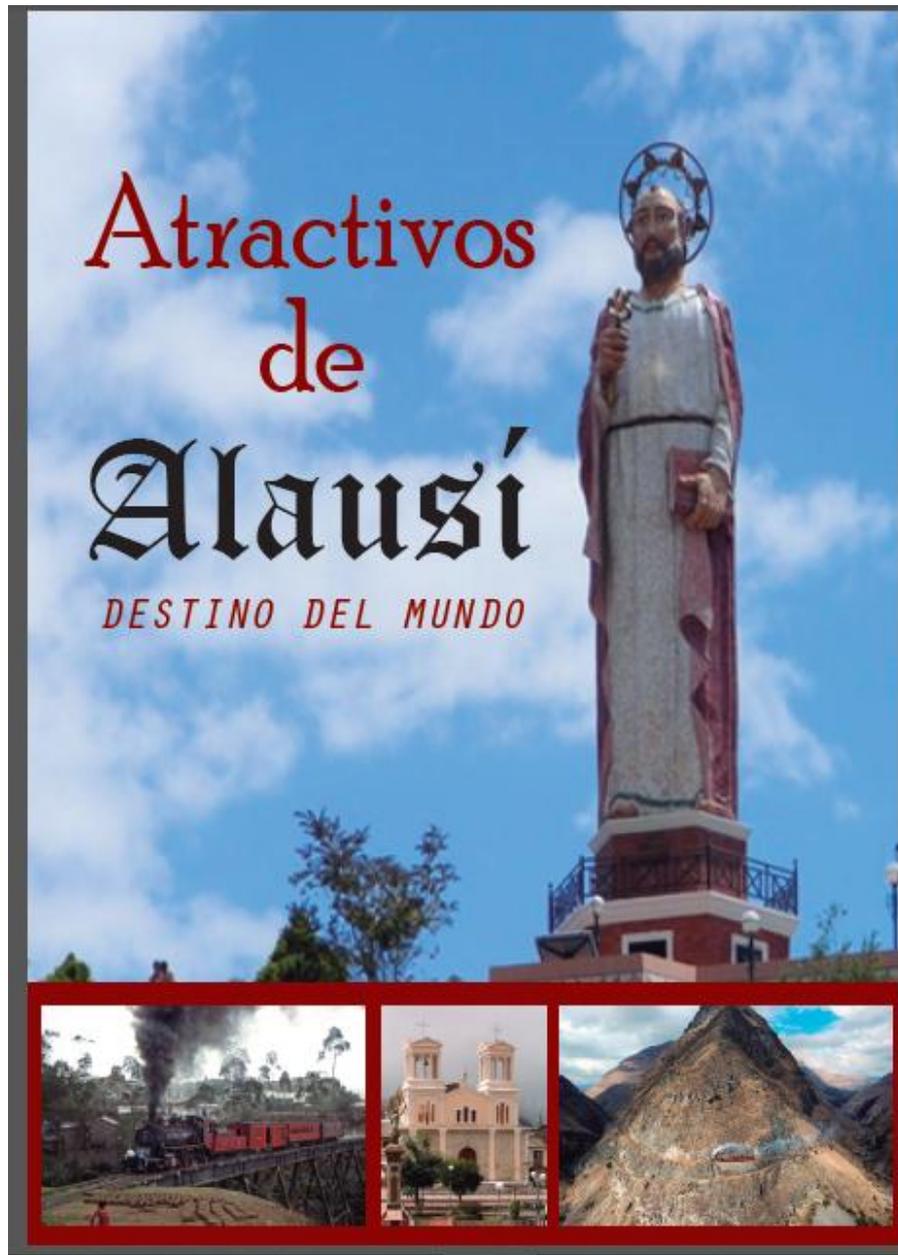
10. ¿De los siguientes atractivos cual le llama más la atención?

Estación de ferrocarril Nariz del diablo

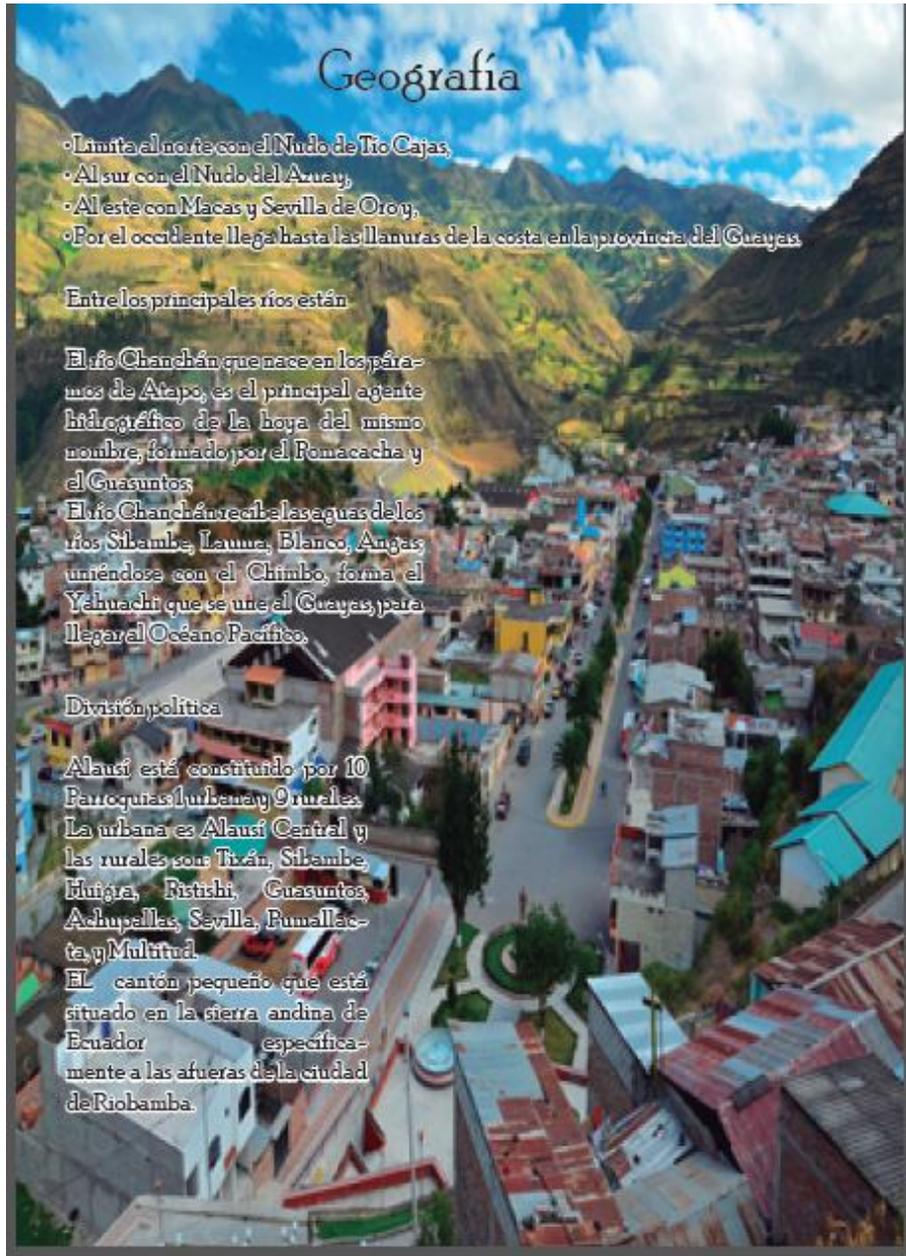
Puente negro Monumento San Pedro de Alausí

Anexo N° 3

Revista de Atractivos Turísticos



ELABORACIÓN DE UNA REVISTA TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS EXISTENTES EN EL CANTÓN ALAUSÍ PROVINCIA DE CHIMBORAZO CON LA FINALIDAD DE DIFUNDIR EL ATRACTIVO Y MEJORAR EL FLUJO TURÍSTICO.



Geografía

- Limita al norte con el Nudo de Tio Cajas,
- Al sur con el Nudo del Azuay,
- Al este con Macas y Sevilla de Oro y,
- Por el occidente llega hasta las llanuras de la costa en la provincia del Guayas.

Entre los principales ríos están

El río Chanchán que nace en los páramos de Atapo, es el principal agente hidrográfico de la hoya del mismo nombre, formado por el Pomacacha y el Guasuntos.

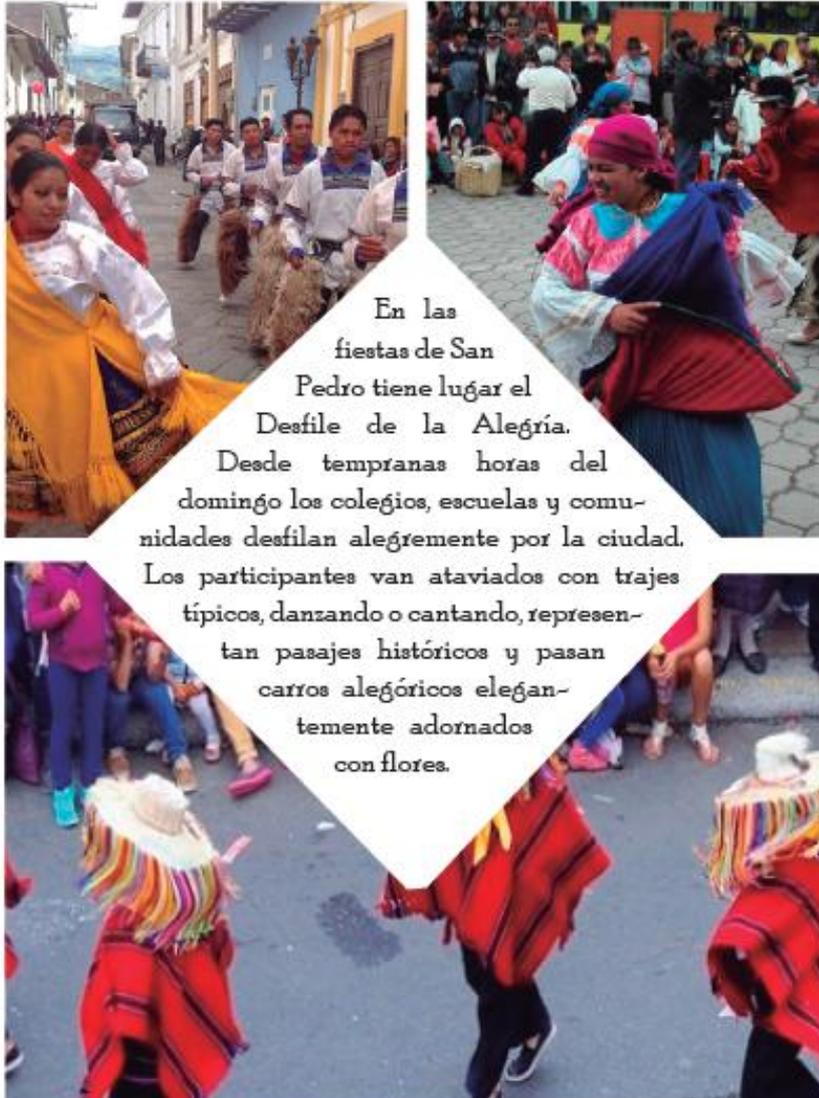
El río Chanchán recibe las aguas de los ríos Sibambe, Lauza, Blanco, Angas uniéndose con el Chimbo, forma el Yahuachi que se une al Guayas, para llegar al Océano Pacífico.

División política

Alausí está constituido por 10 Paroquias (1 urbana y 9 rurales). La urbana es Alausí Central y las rurales son: Tixán, Sibambe, Muñita, Ristishi, Guasuntos, Achupallas, Sevilla, Pumallacta y Multitud.

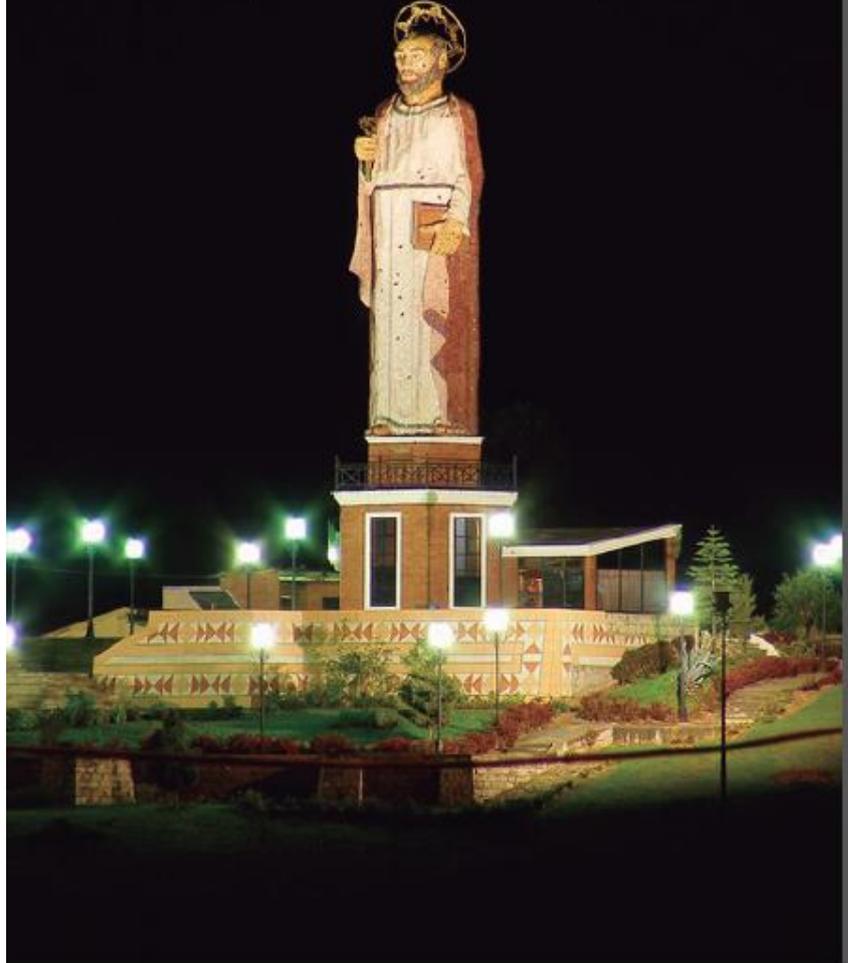
El cantón pequeño que está situado en la sierra andina de Ecuador específicamente a las afueras de la ciudad de Riobamba.

Desfile de la Alegría



Mirador Loma de Lujlly

En el mirador natural de la loma de Lujlly, se localiza la escultura monumental (21 metros de altura total) de San Pedro, construida en el 2001 por Eddie Crespo.

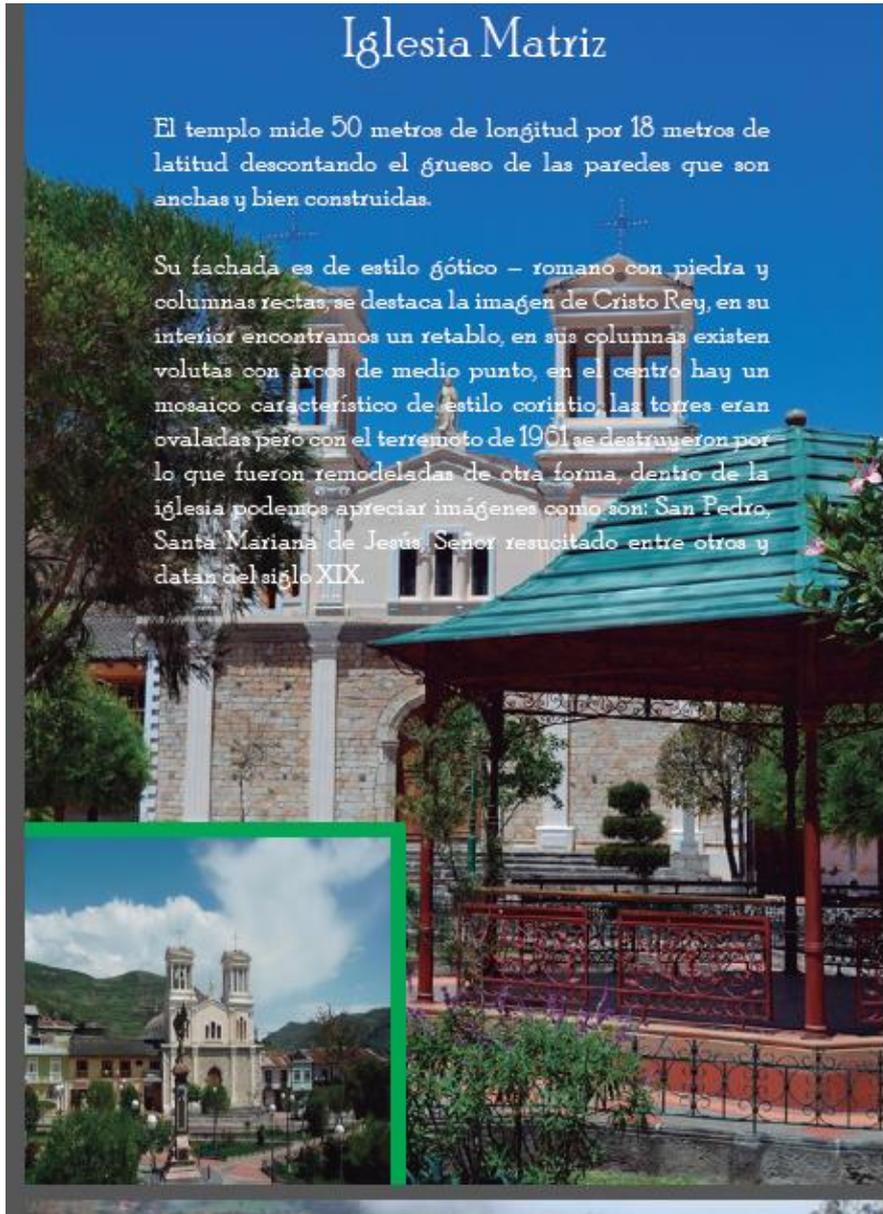
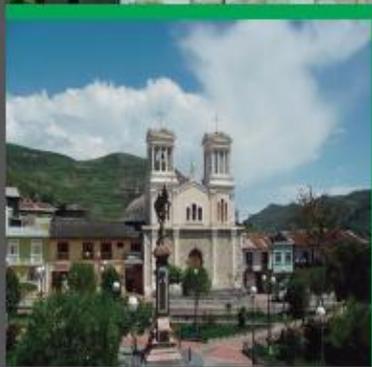




Iglesia Matriz

El templo mide 50 metros de longitud por 18 metros de latitud descontando el grueso de las paredes que son anchas y bien construidas.

Su fachada es de estilo gótico - romano con piedra y columnas rectas, se destaca la imagen de Cristo Rey, en su interior encontramos un retablo, en sus columnas existen volutas con arcos de medio punto, en el centro hay un mosaico característico de estilo corintio, las torres eran ovaladas pero con el terremoto de 1901 se destruyeron por lo que fueron remodeladas de otra forma, dentro de la iglesia podemos apreciar imágenes como son: San Pedro, Santa Mariana de Jesús, Señor resucitado entre otros y datan del siglo XIX.



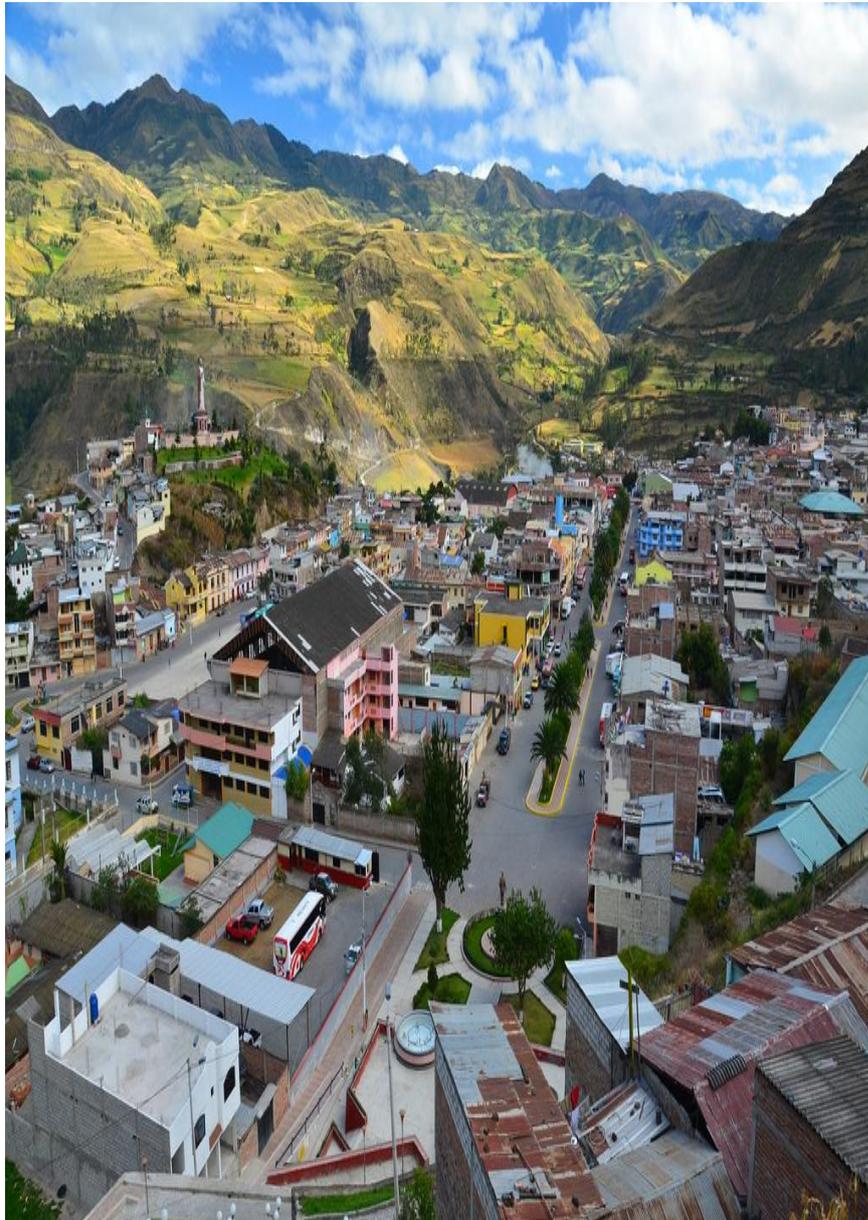
Tríptico

Anexo N°4



Cantón Alausí

Anexo N° 5





ELABORACIÓN DE UNA REVISTA TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS EXISTENTES EN EL CANTÓN ALAUSÍ PROVINCIA DE CHIMBORAZO CON LA FINALIDAD DE DIFUNDIR EL ATRACTIVO Y MEJORAR EL FLUJO TURÍSTICO.

Puente Negro

Anexo N° 6



Estación de Ferrocarril

Anexo N° 7



Iglesia Matriz y Parque 13 de noviembre

Anexo N° 8



San Pedro del Alausí

Anexo N° 9



Mirador Loma de Llugly

Anexo N° 10





ELABORACIÓN DE UNA REVISTA TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS EXISTENTES EN EL CANTÓN ALAUSÍ PROVINCIA DE CHIMBORAZO CON LA FINALIDAD DE DIFUNDIR EL ATRACTIVO Y MEJORAR EL FLUJO TURÍSTICO.

Avenida 5 de junio

Anexo N°11



Ferrocarril

Anexo N° 12



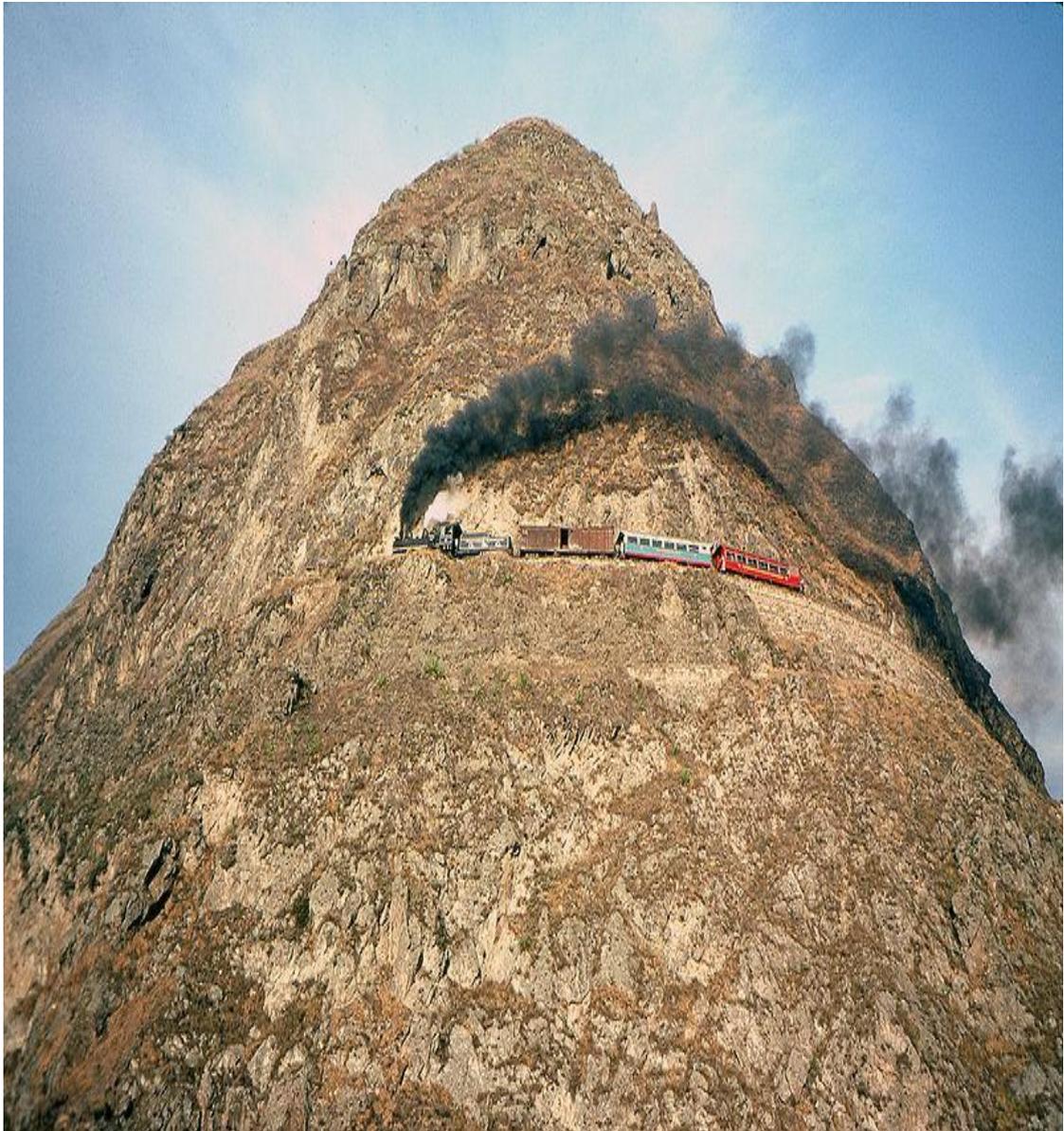
Locomotora

Anexo N° 13



Nariz del Diablo

Anexo N° 14



Parque del Niño

Anexo N°15



Parque Eloy Alfaro

Anexo N°16



Mapa Alausí

Anexo N° 17



ELABORACIÓN DE UNA REVISTA TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS EXISTENTES EN EL CANTÓN ALAUSÍ PROVINCIA DE CHIMBORAZO CON LA FINALIDAD DE DIFUNDIR EL ATRACTIVO Y MEJORAR EL FLUJO TURÍSTICO.

Alausí

Anexo N° 18



Reina de Turismo Cantón Alausí

Anexo N°19



Estación de Bomberos

Anexo N°20



FICHAS DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICO

1.NOMBRE				2.FICHA Nº		3.FICHAS ASOCIADAS :		
Puente negro				1		Sin información		
4.CATEGORÍA	4.1. Tipo	4.2. Subtipo	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1. Estado de conservación del entorno	5.2. Declaratoria de Patrimonio	5.3. Fecha de Declaración	5.4. Observaciones	
Manifestaciones culturales	Museos y manifestaciones artísticas históricas.	Obras de ingeniería	Alterado	Modificado	No existe	No existe	Atractivo con potencial para el Turismo.	
6.UBICACIÓN Y CLIMA								
6.1. Provincia	6.2. Cantón	6.3. Parroquia	6.7. ESTACIONALIDAD / PERÍODO VERANO			6.8. ESTACIONALIDAD / PERÍODO INVIERNO		
Chimborazo	Alausí	_____	Época	Temperatura	Precipitación Pluviométrica	Época	Temperatura	Precipitación Pluviométrica
6.4. Sector	6.5. Calle	6.6. Altitud	Estación húmeda	12°C	_____m m/año	Estación seca	12°C	_____mm/año
Alausí	_____	135 msnm						
7.ACCESO								
7.1.Desde:	7.2. Distancia	7.3. Tipo Acceso	7.4. Subtipo	7.5. Estado	7.6. Medio Transporte	7.7.Frecuencia Transporte Público	7.8. Tiempo	7.9. Observación
Quito	301 km	Asfaltado	Primer/ Segundo orden	Bueno/ Regular	Privado	Ninguna	365 días	No ingresar en días lluviosos
Riobamba	96,1 km	Asfaltado	Primer orden	Bueno	Privado	Ninguna	365 días	No ingresar en días lluviosos
8.DESCRIPCIÓN								
Considerada como una obra maestra de aquel tiempo (1903) además es considerado el puente más largo de la línea férrea ya que tiene casi 200 m de largo y 65 m de alto.								
9.ACTIVIDADES TURISTICAS / RECREATIVAS ACTUALES								
Paseo y caminata por el puente, fotografías, paseo en tren.								
10.HORARIOS	11. PRECIOS	12. PROPIETARIO		13. CONTACTOS				
-----	_____	_____		_____				

ELABORACIÓN DE UNA REVISTA TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS EXISTENTES EN EL CANTÓN ALAUSÍ PROVINCIA DE CHIMBORAZO CON LA FINALIDAD DE DIFUNDIR EL ATRACTIVO Y MEJORAR EL FLUJO TURÍSTICO.

14. TIPO DE PUBLICO / CLIENTE / VISITANTE							
Época	Tipo	Procedencia	Edad	Género	Medio Transporte	Estancia Media	Conformación de Grupo
Semana	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información
Fin de Semana							
Feridos							
Vacaciones							
15. EMPRESAS QUE OPERAN			16. ACTIVIDAD			17. CÓDIGO	
-----			-----			-----	
18. SERVICIOS:							
Estacionamiento	Alimentación	Alojamiento	Servicios Higiénicos	Visitas Guiadas	Talleres	Señalización a la llegada	Rutas autoguiadas
Si existe	Si existe	-----	-----	-----	No existe	Poco	No existen
Señalización Interna	Contenedores de Basura	Seguridad	Mantenimiento	Alquiler equipos para actividades	Información sobre el recurso	Folleto informativos	Venta de Souvenirs
No existe	-----	Si Existe	-----	Si existe	No Existe	Poco	No existe
Teléfono Público	Cobertura de celular	Formas de pago admitidas	Otros				
No existe	Si existe		Agua entubada	Alcantrillado			
19. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA							
Falta de mantenimiento.....							
20. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS							
-Municipio del Cantón - Ministerio de Turismo del Ecuador							
21. OBSERVACIONES							
Existen escasos estudios especializados sobre el sitio. Atractivo							
22. Ficha realizada por : Andrea Illapa					24. Fecha :		
23. Supervisor Evaluador: Ing. Viviana Gangotena					Noviembre/2016		

Evaluación del Atractivo

Cantidad

Valor intrínseco	10
Valor extrínseco	10
Entorno	5
Estado de conservación	4
	29

Apoyo

Acceso	10
Servicios	4
Asociación con otros atractivos	4
	18

18

Significado

Local	2
Provincial	1
Nacional	-
Internacional	-
	3

50/100

Jerarquía II

Anexo N° 22

Ficha N° 2

1.NOMBRE			2.FICHA N°			3.FICHAS ASOCIADAS :		
Parque 13 de Noviembre			2			Sin información		
4.CATEGORÍA	4.1. Tipo	4.2. Subtipo	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1. Estado de conservación del entorno	5.2. Declaratoria de Patrimonio	5.3. Fecha de Declaración	5.4. Observaciones	
Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas, deportivas, científicas y artísticas contemporáneas	Centros científicos y técnicos	Alterado	Modificado	No existe	No existe	Atractivo con potencial para el Turismo.	
6.UBICACIÓN Y CLIMA								
6.1. Provincia	6.2. Cantón	6.3. Parroquia	6.7. ESTACIONALIDAD / PERÍODO VERANO			6.8. ESTACIONALIDAD / PERÍODO INVIERNO		
Chimborazo	Alausí	_____	Época	Temperatura	Precipitación Pluviométrica	Época	Temperatura	Precipitación Pluviométrica
6.4. Sector	6.5. Calle	6.6. Altitud	Estación húmeda	12°C	_____m m/año	Estación seca	12°C	_____m m/año
Alausí	_____	135 msnm						
7.ACCESO								
7.1.Desdese:	7.2. Distancia	7.3. Tipo Acceso	7.4. Subtipo	7.5. Estado	7.6. Medio Transporte	7.7.Frecuencia Transporte Público	7.8. Tiempo	7.9. Observación
Quito	301 km	Asfaltado	Primer/ Segundo orden	Bueno / Regular	Privado	Ninguna	365 días	No ingresar en días lluviosos
Riobamba	96,1 km	Asfaltado	Primer orden	Bueno	Privado	Ninguna	365 días	No ingresar en días lluviosos
8.DESCRIPCIÓN								
Es un atractivo arquitectónico de gran importancia porque su construcción es muy antigua data								

del año 1910, este lugar fue un hospital de recuperación de los trabajadores ferroviarios							
9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES							
Paseo y caminata por el puente, fotografías, paseo en tren.							
10. HORARIOS	11. PRECIOS	12. PROPIETARIO	13. CONTACTOS				
-----	-----	-----	-----				
14. TIPO DE PÚBLICO / CLIENTE / VISITANTE							
Época	Tipo	Procedencia	Edad	Género	Medio Transporte	Estancia Media	Conformación de Grupo
Semana	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información
Fin de Semana							
Feriatos							
Vacaciones							
15. EMPRESAS QUE OPERAN			16. ACTIVIDAD			17. CÓDIGO	
-----			-----			-----	
18. SERVICIOS:							
Estacionamiento	Alimentación	Alojamiento	Servicios Higiénicos	Visitas Guiadas	Talleres	Señalización a la llegada	Rutas autoguiadas
Si existe	Si existe	-----	-----	-----	No existe	poco	No existen
Señalización Interna	Contenedores de Basura	Seguridad	Mantenimiento	Alquiler equipos para actividades	Información sobre el recurso	Folleto informativos	Venta de Souvenirs
No existe	-----	Si Existe	-----	Si existe	No Existe	Poco	No existe
Teléfono Público	Cobertura de celular	Formas de pago admitidas	Otros				
No existe	Si existe		Agua entubada	Alcantrillado			
19. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA							
Falta de mantenimiento.....							
20. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS							
-Municipio del Cantón - Ministerio de Turismo del Ecuador							
21. OBSERVACIONES							

Existen escasos estudios especializados sobre el sitio. Atractivo	
22. Ficha realizada por : Andrea Illapa 23. Supervisor Evaluador: Ing. Viviana Gangotena	24. Fecha : Noviembre/2016

Evaluación de atractivos

Cantidad

Valor intrínseco	9
Valor extrínseco	9
Entorno	7
Estado de conservación	6
	31

Apoyo

Acceso	8
Servicios	2
Asociación con otros atractivos	2
	12

Significado

Local	2
Provincial	1
Nacional	-
Internacional	-
	3

46/100

Jerarquía II

Anexo N° 23

Ficha 3

1.NOMBRE			2.FICHA N°			3.FICHAS ASOCIADAS :		
Estación de ferrocarril			3			Sin información		
4.CATEGORÍA	4.1. Tipo	4.2. Subtipo	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1. Estado de conservación del entorno	5.2. Declaratoria de Patrimonio	5.3. Fecha de Declaración	5.4. Observaciones	
Manifestaciones culturales	Arquitectura y espacios urbanos.	Obras de ingeniería	Alterado	Modificado	No existe	No existe	Atractivo con potencial para el Turismo.	
6.UBICACIÓN Y CLIMA								
6.1. Provincia	6.2. Cantón	6.3. Parroquia	6.7. ESTACIONALIDAD / PERÍODO VERANO			6.8. ESTACIONALIDAD / PERÍODO INVIERNO		
Chimborazo	Alausí	_____	Época	Temperatura	Precipitación Pluviométrica	Época	Temperatura	Precipitación Pluviométrica
6.4. Sector	6.5. Calle	6.6. Altitud	Estación húmeda	12°C	_____m m/año	Estación seca	12°C	_____mm/año
Alausí	_____	135 msnm						
7.ACCESO								
7.1.Desde:	7.2. Distancia	7.3. Tipo Acceso	7.4. Subtipo	7.5. Estado	7.6. Medio Transporte	7.7.Frecuencia Transporte Público	7.8. Tiempo	7.9. Observación
Quito	301 km	Asfaltado	Primer/ Segundo orden	Bueno/ Regular	Privado	Ninguna	365 días	No ingresar en días lluviosos
Riobamba	96,1 km	Asfaltado	Primer orden	Bueno	Privado	Ninguna	365 días	No ingresar en días lluviosos
8.DESCRIPCIÓN								
Es un atractivo arquitectónico de gran importancia porque su construcción es muy antigua data del año 1910, este lugar fue un hospital de recuperación de los trabajadores ferroviarios								
9.ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES								
Paseo y caminata por el puente, fotografías, paseo en tren.								
10.HORARIOS	11. PRECIOS	12. PROPIETARIO		13. CONTACTOS				
-----	_____	_____		_____				
14. TIPO DE PUBLICO / CLIENTE / VISITANTE								

Época	Tipo	Procedencia	Edad	Género	Medio Transporte	Estancia Media	Conformación de Grupo
Semana	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información
Fin de Semana							
Feriatos							
Vacaciones							
15. EMPRESAS QUE OPERAN			16. ACTIVIDAD			17. CÓDIGO	
-----			-----			-----	
18. SERVICIOS:							
Estacionamiento	Alimentación	Alojamiento	Servicios Higiénicos	Visitas Guiadas	Talleres	Señalización a la llegada	Rutas autoguiadas
Si existe	Si existe	-----	-----	-----	No existe	poco	No existen
Señalización Interna	Contenedores de Basura	Seguridad	Mantenimiento	Alquiler equipos para actividades	Información sobre el recurso	Folleto informativos	Venta de Souvenirs
No existe	-----	Si Existe	-----	Si existe	No Existe	Poco	No existe
Teléfono Público	Cobertura de celular	Formas de pago admitidas	Otros				
No existe	Si existe		Agua entubada	Alcantrillado			
19. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA							
Falta de mantenimiento.....							
20. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS							
-Municipio del Cantón - Ministerio de Turismo del Ecuador							
21. OBSERVACIONES							
Existen escasos estudios especializados sobre el sitio. Atractivo							
22. Ficha realizada por : Andrea Illapa 23. Supervisor Evaluador: Ing. Viviana Gangotena						24. Fecha : Noviembre/2016	

Evaluación del Atractivo

Cantidad

Valor intrínseco	10
Valor extrínseco	10
Entorno	5
Estado de conservación	4
	<hr/>
	29

Apoyo

Acceso	10
Servicios	4
Asociación con otros atractivos	4
	<hr/>
	18

Significado

Local	2
Provincial	1
Nacional	-
Internacional	-
	<hr/>
	3

50/100

Jerarquía

Anexo N° 24

Ficha N° 4

1.NOMBRE			2.FICHA N°			3.FICHAS ASOCIADAS :		
Iglesia Matriz			4			Sin información		
4.CATEGORÍA	4.1. Tipo	4.2. Subtipo	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1. Estado de conservación del entorno	5.2. Declaratoria de Patrimonio	5.3. Fecha de Declaración	5.4. Observaciones	
Manifestaciones culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Iglesias	Alterado	Modificado	No existe	No existe	Atractivo con potencial para el Turismo.	
6.UBICACIÓN Y CLIMA								
6.1. Provincia	6.2. Cantón	6.3. Parroquia	6.7. ESTACIONALIDAD / PERÍODO VERANO			6.8. ESTACIONALIDAD / PERÍODO INVIERNO		
Chimborazo	Alausí	_____	Época	Temperatura	Precipitación Pluviométrica	Época	Temperatura	Precipitación Pluviométrica
6.4. Sector	6.5. Calle	6.6. Altitud	Estación húmeda	12°C	_____m m/año	Estación seca	12°C	_____mm/año
Alausí	_____	135 msnm						
7.ACCESO								
7.1.Desde:	7.2. Distancia	7.3. Tipo Acceso	7.4. Subtipo	7.5. Estado	7.6. Medio Transporte	7.7.Frecuencia Transporte Público	7.8. Tiempo	7.9. Observación
Quito	301 km	Asfaltado	Primer/ Segundo orden	Bueno/ Regular	Privado	Ninguna	365 días	No ingresar en días lluviosos
Riobamba	96,1 km	Asfaltado	Primer orden	Bueno	Privado	Ninguna	365 días	No ingresar en días lluviosos
8.DESCRIPCIÓN								
El templo mide 50 metros de longitud por 18 metros de latitud descontando el grueso de las paredes que son anchas y bien construidas.								
9.ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES								
Paseo y caminata por el puente, fotografías, paseo en tren.								
10.HORARIOS	11. PRECIOS	12. PROPIETARIO		13. CONTACTOS				
-----	_____	_____		_____				

14. TIPO DE PUBLICO / CLIENTE / VISITANTE							
Época	Tipo	Procedencia	Edad	Género	Medio Transporte	Estancia Media	Conformación de Grupo
Semana	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información
Fin de Semana							
Feriatos							
Vacaciones							
15. EMPRESAS QUE OPERAN			16. ACTIVIDAD			17. CÓDIGO	
-----			-----			-----	
18. SERVICIOS:							
Estacionamiento	Alimentación	Alojamiento	Servicios Higiénicos	Visitas Guiadas	Talleres	Señalización a la llegada	Rutas autoguiadas
Si existe	Si existe	-----	-----	-----	No existe	poco	No existen
Señalización Interna	Contenedores de Basura	Seguridad	Mantenimiento	Alquiler equipos para actividades	Información sobre el recurso	Folleto informativos	Venta de Souvenirs
No existe	-----	Si Existe	-----	Si existe	No Existe	Poco	No existe
Teléfono Público	Cobertura de celular	Formas de pago admitidas	Otros				
No existe	Si existe		Agua entubada	Alcantrillado			
19. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA							
Falta de mantenimiento.....							
20. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS							
-Municipio del Cantón - Ministerio de Turismo del Ecuador							
21. OBSERVACIONES							
Existen escasos estudios especializados sobre el sitio. Atractivo							
22. Ficha realizada por : Andrea Illapa					24. Fecha :		
23. Supervisor Evaluador: Ing. Viviana Gangotena					Noviembre/2016		

Evaluación del Atractivo

Cantidad

Valor intrínseco	9
Valor extrínseco	9
Entorno	7
Estado de conservación	6
	<hr/>
	31

Apoyo

Acceso	8
Servicios	2
Asociación con otros atractivos	2
	<hr/>
	12

Significado

Local	2
Provincial	1
Nacional	-
Internacional	-
	<hr/>
	3

46/100

Jerarquía II

Anexo N° 25

Ficha N° 5

1.NOMBRE				2.FICHA N°			3.FICHAS ASOCIADAS :		
Calle larga				5			Sin información		
4.CATEGORÍA	4.1. Tipo	4.2. Subtipo	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1. Estado de conservación del entorno		5.2. Declaratoria de Patrimonio	5.3. Fecha de Declaración	5.4. Observaciones	
Manifestaciones culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Obras de ingeniería	Alterado	Modificado		No existe	No existe	Atractivo con potencial para el Turismo.	
6.UBICACIÓN Y CLIMA									
6.1. Provincia	6.2. Cantón	6.3. Parroquia	6.7. ESTACIONALIDAD / PERÍODO VERANO			6.8. ESTACIONALIDAD / PERÍODO INVIERNO			
Chimborazo	Alausí	_____	Época	Temperatura	Precipitación Pluviométrica	Época	Temperatura	Precipitación Pluviométrica	
6.4. Sector	6.5. Calle	6.6. Altitud	Estación húmeda	12°C	_____m m/año	Estación seca	12°C	_____mm/año	
Alausí	_____	135 msnm							
7.ACCESO									
7.1.Desd e:	7.2. Distancia	7.3. Tipo Acceso	7.4. Subtipo	7.5. Estado	7.6. Medio Transporte	7.7.Frecuencia Transporte Público	7.8. Tiempo	7.9. Observación	
Quito	301 km	Asfaltado	Primer/ Segundo orden	Bueno / Regular	Privado	Ninguna	365 días	No ingresar en días lluviosos	
Riobamba	96,1 km	Asfaltado	Primer orden	Bueno	Privado	Ninguna	365 días	No ingresar en días lluviosos	
8.DESCRIPCIÓN									
Fue la primera calle construida en la ciudad por su longitud y estreches popularmente llamada "Calle Larga" une el parque central que está ubicada en la iglesia Matriz llamada también Simón Bolívar.									
9.ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES									
Paseo y caminata por el puente, fotografías, paseo en tren.									
10.HORARIOS	11. PRECIOS		12. PROPIETARIO	13. CONTACTOS					

14. TIPO DE PUBLICO / CLIENTE / VISITANTE							
Época	Tipo	Procedencia	Edad	Género	Medio Transporte	Estancia Media	Conformación de Grupo
Semana	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información
Fin de Semana							
Feridos							
Vacaciones							
15. EMPRESAS QUE OPERAN			16. ACTIVIDAD			17. CÓDIGO	
-----			-----			-----	
18. SERVICIOS:							
Estacionamiento	Alimentación	Alojamiento	Servicios Higiénicos	Visitas Guiadas	Talleres	Señalización a la llegada	Rutas autoguiadas
Si existe	Si existe	-----	-----	-----	No existe	poco	No existen
Señalización Interna	Contenedores de Basura	Seguridad	Mantenimiento	Alquiler equipos para actividades	Información sobre el recurso	Folletos informativos	Venta de Souvenirs
No existe	-----	Si Existe	-----	Si existe	No Existe	Poco	No existe
Teléfono Público	Cobertura de celular	Formas de pago admitidas	Otros				
No existe	Si existe		Agua entubada	Alcantrillado			
19. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA							
Falta de mantenimiento.....							
20. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS							
-Municipio del Cantón - Ministerio de Turismo del Ecuador							
21. OBSERVACIONES							
Existen escasos estudios especializados sobre el sitio. Atractivo							
22. Ficha realizada por : Andrea Illapa 23. Supervisor Evaluador: Ing. Viviana Gangotena						24. Fecha : Noviembre/2016	

Evaluación del Atractivo

Cantidad

Valor intrínseco	9
Valor extrínseco	9
Entorno	7
Estado de conservación	6
	<hr/>
	31

Apoyo

Acceso	8
Servicios	2
Asociación con otros atractivos	2
	<hr/>
	12

Significado

Local	2
Provincial	-
Nacional	-
Internacional	-
	<hr/>
	3

45/100

Jerarquía II

Anexo N° 26

Ficha N° 6

1.NOMBRE Mirador de Lluglly				2.FICHA Nº 6			3.FICHAS ASOCIADAS : Sin información		
4.CATEGORÍA	4.1. Tipo	4.2. Subtipo	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1. Estado de conservación del entorno	5.2. Declaratoria de Patrimonio	5.3. Fecha de Declaración	5.4. Observaciones		
Manifestaciones culturales	Arquitectura y espacios urbanos.	Miradores	Alterado	Modificado	No existe	No existe	Atractivo con potencial para el Turismo.		
6.UBICACIÓN Y CLIMA									
6.1. Provincia	6.2. Cantón	6.3. Parroquia	6.7. ESTACIONALIDAD / PERÍODO VERANO			6.8. ESTACIONALIDAD / PERÍODO INVIERNO			
Chimborazo	Alausí	_____	Época	Temperatura	Precipitación Pluviométrica	Época	Temperatura	Precipitación Pluviométrica	
6.4. Sector	6.5. Calle	6.6. Altitud	Estación húmeda	12°C	_____m m/año	Estación seca	12°C	_____mm/año	
Alausí	_____	135 msnm							
7.ACCESO									
7.1.Desde:	7.2. Distancia	7.3. Tipo Acceso	7.4. Subtipo	7.5. Estado	7.6. Medio Transporte	7.7.Frecuencia Transporte Público	7.8. Tiempo	7.9. Observación	
Quito	301 km	Asfaltado	Primer/ Segundo orden	Bueno/ Regular	Privado	Ninguna	365 días	No ingresar en días lluviosos	
Riobamba	96,1 km	Asfaltado	Primer orden	Bueno	Privado	Ninguna	365 días	No ingresar en días lluviosos	
8.DESCRIPCIÓN									
En el mirador natural de la loma de Lluglly', se localiza la escultura monumental (21 metros de altura total) de San Pedro, construida en el 2001 por Eddie Crespo.									
9.ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES									
Paseo y caminata por el puente, fotografías, paseo en tren.									
10.HORARIOS	11. PRECIOS	12. PROPIETARIO			13. CONTACTOS				
-----	_____	_____			_____				
14. TIPO DE PUBLICO / CLIENTE / VISITANTE									
Época	Tipo	Procede	Edad	Género	Medio	Estancia	Conformación		

		ncia			Transporte	Media	n de Grupo
Semana	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información
Fin de Semana							
Feriados							
Vacaciones							
15. EMPRESAS QUE OPERAN			16. ACTIVIDAD		17. CÓDIGO		
-----			-----		-----		
18. SERVICIOS:							
Estacionamiento	Alimentación	Alojamiento	Servicios Higiénicos	Visitas Guiadas	Talleres	Señalización a la llegada	Rutas autoguiadas
Si existe	Si existe	-----	-----	-----	No existe	poco	No existen
Señalización Interna	Contenedores de Basura	Seguridad	Mantenimiento	Alquiler equipos para actividades	Información sobre el recurso	Folleto informativos	Venta de Souvenirs
No existe	-----	Si Existe	-----	Si existe	No Existe	Poco	No existe
Teléfono Público	Cobertura de celular	Formas de pago admitidas	Otros				
No existe	Si existe		Agua entubada	Alcantrillado			
19. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA							
Falta de mantenimiento.....							
20. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS							
-Municipio del Cantón - Ministerio de Turismo del Ecuador							
21. OBSERVACIONES							
Existen escasos estudios especializados sobre el sitio. Atractivo							
22. Ficha realizada por : Andrea Illapa						24. Fecha :	
23. Supervisor Evaluador: Ing. Viviana Gangotena						Noviembre/2016	

Evaluación del Atractivo

Cantidad

Valor intrínseco	9
Valor extrínseco	9
Entorno	7
Estado de conservación	6
	31

Apoyo

Acceso	8
Servicios	2
Asociación con otros atractivos	2
	12

Significado

Local	2
Provincial	-
Nacional	-
Internacional	-
	3

45/100

Jerarquía II

Anexo N° 27

Ficha N° 7

1. NOMBRE			2. FICHA N°			3. FICHAS ASOCIADAS :		
Reloj publico			7			Sin información		
4. CATEGORÍA	4.1. Tipo	4.2. Subtipo	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1. Estado de conservación del entorno	5.2. Declaratoria de Patrimonio	5.3. Fecha de Declaración	5.4. Observaciones	
Manifestaciones culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Miradores	Alterado	Modificado	No existe	No existe	Atractivo con potencial para el Turismo.	
6. UBICACIÓN Y CLIMA								
6.1. Provincia	6.2. Cantón	6.3. Parroquia	6.7. ESTACIONALIDAD / PERÍODO VERANO			6.8. ESTACIONALIDAD / PERÍODO INVIERNO		
Chimborazo	Alausí	_____	Época	Temperatura	Precipitación Pluviométrica	Época	Temperatura	Precipitación Pluviométrica
6.4. Sector	6.5. Calle	6.6. Altitud	Estación húmeda	12°C	_____m m/año	Estación seca	12°C	_____mm/año
Alausí	_____	135 msnm						
7. ACCESO								
7.1. Desde:	7.2. Distancia	7.3. Tipo Acceso	7.4. Subtipo	7.5. Estado	7.6. Medio Transporte	7.7. Frecuencia Transporte Público	7.8. Tiempo	7.9. Observación
Quito	301 km	Asfaltado	Primer/Segundo orden	Bueno/Regular	Privado	Ninguna	365 días	No ingresar en días lluviosos
Riobamba	96,1 km	Asfaltado	Primer orden	Bueno	Privado	Ninguna	365 días	No ingresar en días lluviosos
8. DESCRIPCIÓN								
Fue la primera calle construida en la ciudad por su longitud y estreches popularmente llamada "Calle Larga" une el parque central que está ubicada en la iglesia Matriz llamada también Simón Bolívar.								
9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES								
Paseo y caminata por el puente, fotografías, paseo en tren.								
10. HORARI	11. PRECIOS	12.	13. CONTACTOS					

OS		PROPIETARIO					
-----		-----					
14. TIPO DE PUBLICO / CLIENTE / VISITANTE							
Época	Tipo	Procedencia	Edad	Género	Medio Transporte	Estancia Media	Conformación de Grupo
Semana	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información
Fin de Semana							
Feriados							
Vacaciones							
15. EMPRESAS QUE OPERAN			16. ACTIVIDAD			17. CÓDIGO	
-----			-----			-----	
18. SERVICIOS:							
Estacionamiento	Alimentación	Alojamiento	Servicios Higiénicos	Visitas Guiadas	Talleres	Señalización a la llegada	Rutas autoguiadas
Si existe	Si existe	-----	-----	-----	No existe	poco	No existen
Señalización Interna	Contenedores de Basura	Seguridad	Mantenimiento	Alquiler equipos para actividades	Información sobre el recurso	Folletos informativos	Venta de Souvenirs
No existe	-----	Si Existe	-----	Si existe	No Existe	Poco	No existe
Teléfono Público	Cobertura de celular	Formas de pago admitidas	Otros				
No existe	Si existe		Agua entubada	Alcantrillado			
19. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA							
Falta de mantenimiento.....							
20. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS							
-Municipio del Cantón - Ministerio de Turismo del Ecuador							
21. OBSERVACIONES							
Existen escasos estudios especializados sobre el sitio. Atractivo							
22. Ficha realizada por : Andrea Illapa						24. Fecha :	
23. Supervisor Evaluador: Ing. Viviana Gangotena						Noviembre/2016	

Evaluación del Atractivo

Cantidad

Valor intrínseco	8
Valor extrínseco	8
Entorno	8
Estado de conservación	6
	30

Apoyo

Acceso	7
Servicios	2
Asociación con otros atractivos	2
	11

Significado

Local	2
Provincial	-
Nacional	-
Internacional	-
	3

44/100

Jerarquía II

Anexo N° 28

Ficha N° 8

1.NOMBRE			2.FICHA N°			3.FICHAS ASOCIADAS :		
Nariz del diablo			8			Sin información		
4.CATEGORÍA	4.1. Tipo	4.2. Subtipo	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1. Estado de conservación del entorno	5.2. Declaratoria de Patrimonio	5.3. Fecha de Declaración	5.4. Observaciones	
Atractivos naturales	Montañas	Alta montaña	Alterado	Modificado	No existe	No existe	Atractivo con potencial para el Turismo.	
6.UBICACIÓN Y CLIMA								
6.1. Provincia	6.2. Cantón	6.3. Parroquia	6.7. ESTACIONALIDAD / PERÍODO VERANO			6.8. ESTACIONALIDAD / PERÍODO INVIERNO		
Chimborazo	Alausí	_____	Época	Temperatura	Precipitación Pluviométrica	Época	Temperatura	Precipitación Pluviométrica
6.4. Sector	6.5. Calle	6.6. Altitud	Estación húmeda	12°C	_____m m/año	Estación seca	12°C	_____mm/año
Alausí	_____	135 msnm						
7.ACCESO								
7.1.Desde:	7.2. Distancia	7.3. Tipo Acceso	7.4. Subtipo	7.5. Estado	7.6. Medio Transporte	7.7.Frecuencia Transporte Público	7.8. Tiempo	7.9. Observación
Quito	301 km	Asfaltado	Primer/ Segundo orden	Bueno/ Regular	Privado	Ninguna	365 días	No ingresar en días lluviosos
Riobamba	96,1 km	Asfaltado	Primer orden	Bueno	Privado	Ninguna	365 días	No ingresar en días lluviosos
8.DESCRIPCIÓN								
La nariz del diablo está situada en la región interandina del Ecuador, en la ciudad de Alausí para ser más exactos. La "Nariz del Diablo", una pared de roca casi perpendicular. Muchas vidas se perdieron en la construcción de lo que ahora es llamada obra maestra de la ingeniería ferroviaria ya que permite al tren avanzar en zig-zag dentro de la roca, hacia delante y hacia atrás hasta alcanzar la altura que le llevará por sobre esta roca hacia la ciudad de Alausí.								
9.ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES								
Paseo y caminata por el puente, fotografías, paseo en tren.								
10.HORARI	11. PRECIOS	12.	13. CONTACTOS					

OS		PROPIETARIO					
-----		-----					
14. TIPO DE PUBLICO / CLIENTE / VISITANTE							
Época	Tipo	Procedencia	Edad	Género	Medio Transporte	Estancia Media	Conformación de Grupo
Semana	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información	No hay información
Fin de Semana							
Feriados							
Vacaciones							
15. EMPRESAS QUE OPERAN			16. ACTIVIDAD			17. CÓDIGO	
-----			-----			-----	
18. SERVICIOS:							
Estacionamiento	Alimentación	Alojamiento	Servicios Higiénicos	Visitas Guiadas	Talleres	Señalización a la llegada	Rutas autoguiadas
Si existe	Si existe	-----	-----	-----	No existe	poco	No existen
Señalización Interna	Contenedores de Basura	Seguridad	Mantenimiento	Alquiler equipos para actividades	Información sobre el recurso	Folleto informativos	Venta de Souvenirs
No existe	-----	Si Existe	-----	Si existe	No Existe	Poco	No existe
Teléfono Público	Cobertura de celular	Formas de pago admitidas	Otros				
No existe	Si existe		Agua entubada	Alcantrillado			
19. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA							
Falta de mantenimiento.....							
20. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS							
-Municipio del Cantón - Ministerio de Turismo del Ecuador							
21. OBSERVACIONES							
Existen escasos estudios especializados sobre el sitio. Atractivo							
22. Ficha realizada por : Andrea Illapa						24. Fecha :	
23. Supervisor Evaluador: Ing. Viviana Gangotena						Noviembre/2016	

Evaluación del Atractivo

Cantidad

Valor intrínseco	10
Valor extrínseco	9
Entorno	8
Estado de conservación	7
	<hr/>
	34

Apoyo

Acceso	6
Servicios	2
Asociación con otros atractivos	2
	<hr/>
	11

Significado

Local	2
Provincial	2
Nacional	2
Internacional	-
	<hr/>
	6

51/100

Jerarquía III

Ficha N° 29

FICHA NÚCLEO O FICHA DE POBLACIÓN LOCAL/ resumen

FICHA NÚCLEO DE POBLACIÓN					
1. LOCALIDAD		2. FICHA N°		3. FICHAS ASOCIADAS	
Alausí		ATPQ 1		01-05	
4. ACCESOS					
Desde	Distancia	Tipo de Vía	Estado	Medios de Transporte	Tiempo
Quito	301 Km	Asfaltado	Bueno	Bus, taxi, camioneta	5 horas
Riobamba	96,1 Km	Asfaltado	Bueno	Bus, taxi, camioneta	1 hora
Cuenca	158 Km	Asfaltado	Bueno	Bus, taxi, camioneta	2h 44 min.
5. DESCRIPCIÓN					
Alausí es un cantón pequeño que está situado en la sierra andina de Ecuador específicamente a las afueras de la ciudad de Riobamba. Alausí es el lugar más cercano para dirigirse de tour hacia la Nariz del Diablo al igual que el cantón.					
6. PRINCIPALES RECURSOS Y ATRACTIVOS					
Categoría	Tipo	Subtipo	Recurso/Atractivo	Ficha N°	
			Estación de ferrocarril	05	
				06	
		Cascadas		07	
	Etnográficas	Religioso	Iglesia matriz	08	
		Fiestas	Fiestas San Pedro	09	
			Carnaval	12	
			Fiestas de Cantonización	13	
7. INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTOS GENERALES					
AGUA CONSUMO HUMANO	POTABLE	ENTUBADA	TRATADA	DE POZO	HORARIO SERVICIO
	X	X			continuo
ENERGÍA ELÉCTRICA	SISTEMA INTERCONECTADO	GENERADOR	OTRO	VOLTAJE	HORARIO SERVICIO
	X	X			continuo
ALCANTARILLADO	RED PÚBLICA	POZO SÉPTICO	OTRO		
	x	X			
TELEFONÍA PÚBLICA	SERVICIO PÚBLICO	COBERTURA CELULAR	CABINAS	VENTA DE TARJETAS	INTERNET
	X	X	X	X	X
TRANSPORTE PÚBLICO	GASOLINERAS	AUXILIO MECÁNICO	BANCOS	HORARIO DE ATENCIÓN	CAJEROS AUTOMÁTICOS
X	X		X		X
CENTRO DE SALUD	FARMACIA	SEGURIDAD	CENTROS EDUCATIVOS	CENTROS CULTURALES	CENTROS DEPORTIVOS
X	X		X	X	X

ELABORACIÓN DE UNA REVISTA TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS EXISTENTES EN EL CANTÓN ALAUSÍ PROVINCIA DE CHIMBORAZO CON LA FINALIDAD DE DIFUNDIR EL ATRACTIVO Y MEJORAR EL FLUJO TURÍSTICO.

ESPACIOS RECREATIVOS	OTROS			
X				
8. EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS PARA EL TURISMO				
Actividad	Tipo de Establecimiento	Nombre	Categoría	
ALOJAMIENTO	Hotel	Residencial Alausí	2da	
	Hotel	Europa	2da	
	Hotel	La posada de Carlitos	1ra	
	Hostal	Ventura	2da	
	Hostal	Gampala	1ra	
CENTROS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS	Restaurante	El meson del tren	2ra	
	Restaurante	Tikal	3ra	
	Restaurante	Bukardia	3ra	
	Restaurante	El cisne	2da	
	Discoteca	Caoni	3ra	
	Discoteca	Ex tragos	1ra	
9. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS				
Gobierno Municipal del Cantón Alausí. Ministerio de Turismo				
10. Realizada por: Andrea Illapa		12. Fecha: Noviembre/2016		
11. Supervisor evaluador: Ing. Viviana Gangotena				

Anexo N° 30

Análisis Urkund



Urkund Analysis Result

Analysed Document: ILLAPA CASTILLO ANDREA TESIS.docx (D23357823)
Submitted: 2016-11-15 23:28:00
Submitted By: andyferac@hotmail.com
Significance: 7 %

Sources included in the report:

JONATHAN ELIAS PAEZ BENAVIDES_2218922_assignsubmission_file_ANALISIS INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y SUS GENERALIDADES.docx (D15934770)
Tesis Isabel Guamán.docx (D14264630)
REGISTRO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL CULINARIO TRADICIONAL DEL CANTON CHAMBO.docx (D14896113)

Instances where selected sources appear:

4