



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

**DISEÑO DE UNA RUTA DE AGROTURISMO EN LAS ZONAS DE
INTERVENCIÓN DEL MAGAP, CANTONES COLTA, RIOBAMBA Y PENIPE DE
LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PRESENTADO COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

JÉSSICA DEL PILAR ZÚÑIGA ZÚÑIGA

RIOBAMBA – ECUADOR

2015

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Jessica del Pilar Zúñiga Zúñiga, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación

Riobamba, 04 de diciembre del 2015



Jessica Zúñiga Zúñiga

Cédula de ciudadanía: 0604221671

|

El suscrito TRIBUNAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, CERTIFICA QUE: la memoria del Trabajo de titulación titulada “DISEÑO DE UNA RUTA DE AGROTURISMO EN LAS ZONAS DE INTERVENCIÓN DEL MAGAP, CANTONES COLTA, RIOBAMBA Y PENIPE DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO” de responsabilidad de la señora **Jéssica del Pilar Zúñiga Zúñiga**, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada la presentación y defensa.

TRIBUNAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



Ing. Nancy Patricia Tierra Tierra

DIRECTORA



Dr. Patricio Noboa Viñán

MIEMBRO

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

RIOBAMBA – ECUADOR

2015

DEDICATORIA

*Con mucho amor le dedico todo mi esfuerzo a mi hijo Felipe Jesús Andrade Zúñiga,
quien es y será siempre mi mayor fortaleza e inspiración.*

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios en primer lugar, por guiarme, acompañarme y bendecirme siempre durante mi vida, por ser siempre la fortaleza para continuar en los momentos de dificultad.

Después agradecer a mis padres Jesús Adalberto y Rocío Mercedes, quienes con su sacrificio y ahínco han luchado por mi bienestar, por brindarme la oportunidad de tener una excelente educación, por todos y cada uno de sus consejos y los valores que me han inculcado, porque sin dudarlo un solo instante depositaron su entera confianza, creyendo siempre y firmemente en mis capacidades y ahora pueden ver el resultado del esfuerzo de toda su vida reflejados en mí y mis hermanos.

A mis hermanos Natalí, Cristian y Dayana (+) que aunque no estás aquí desde el cielo siempre me acompañaste, gracias por estar conmigo en los buenos y malos momentos, siempre brindándome su apoyo y consejos, motivándome a seguir adelante.

A mi compañero de vida, Patricio Andrade sobre todo por su paciencia y apoyo constante, y al fruto de nuestro amor mi precioso Felipe porque se sienta orgulloso de la familia que tiene.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales, Escuela de Ingeniería en Ecoturismo, por abrirme las puertas de su institución y haberme brindado la oportunidad de potencializar mis capacidades y conocimientos.

A mis amigas y amigos con quienes compartí en las aulas de clase, giras y eventos, gratos y únicos momentos que los llevaré en mi corazón, y con los cuales me han hecho crecer y mejorar como persona.

Y a todas las personas que siempre me han demostrado el lado positivo de la vida, que siempre con una sonrisa en los labios, que son justos y no juzgan sin conocer, que no se dejan llevar por las apariencias y ven más allá.

Un agradecimiento muy especial a la Ing. Patricia Tierra y al Dr. Patricio Noboa (los patos), por guiarme y apoyarme durante el transcurso de la carrera estudiantil y el presente trabajo para concluirlo con éxito.

TABLA DE CONTENIDO

I. DISEÑO DE UNA RUTA DE AGROTURISMO EN LAS ZONAS DE INTERVENCIÓN DEL MAGAP, CANTONES COLTA, RIOBAMBA Y PENIPE, DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO	11
II. INTRODUCCIÓN	11
A. IMPORTANCIA.....	11
B. JUSTIFICACIÓN.....	12
III. OBJETIVOS.....	14
A. Objetivo General.....	14
B. Objetivos específicos	14
IV. HIPÓTESIS DE TRABAJO	15
V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	16
A. GENERALIDADES	16
B. CARACTERIZACIÓN DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIOS ...	19
C. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL TERRITORIO	21
D. DISEÑO TÉCNICO DE RUTAS DE AGROTURISMO.....	22
E. EVALUACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	36
VI. MATERIALES Y MÉTODOS	46
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	46
B. METODOLOGÍA	51
1. Caracterización de los sistemas de producción agropecuarios de las zonas de intervención del MAGAP, cantones Colta, Riobamba y Penipe.....	51

2. Evaluación del potencial turístico del territorio vinculado a los sistemas de producción agropecuario de las zonas de intervención del MAGAP, cantones Colta, Riobamba y Penipe.....	51
3. Diseño técnico de la ruta de agroturismo de las zonas de intervención del MA vi cantones Colta, Riobamba y Penipe	
4. Evaluación de la ruta de agroturismo diseñada para las zonas de intervención del MAGAP, cantones Colta, Riobamba y Penipe	57
VII. RESULTADOS	58
A. CARACTERIZACIÓN DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIOS DE LAS ZONAS DE INTERVENCIÓN	58
B. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO.....	150
C. DISEÑO TÉCNICO DE LA RUTA DE AGROTURISMO.....	199
D. EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LA RUTA DE AGROTURISMO.....	258
VIII. CONCLUSIONES	272
IX. RECOMENDACIONES	273
X. BIBLIOGRAFÍA	274
XI. ANEXOS.....	280

LISTA DE CUADROS

Cuadro N°01. Categorías y valorización de las rutas turísticas.....	45
Cuadro N°02. Caracterización de las zonas de intervención cantonal	58
Cuadro N°03. Características generales de los productos agrícolas del cantón Colta	60
Cuadro N°04. Características generales de los productos pecuarios del cantón Colta	67
Cuadro N°05. Características generales de los productos piscícolas del cantón Colta	70
Cuadro N°06. Producción agrícola del cantón Colta	71
Cuadro N°07. Producción pecuaria del cantón Colta	74
Cuadro N°08. Producción de leche del catón Colta	75
Cuadro N°09. Producción piscícola del catón Colta.....	76
Cuadro N° 10. Caracterización de las zonas de intervención cantonal	103
Cuadro N°11. Características generales productos agrícolas del cantón Riobamba.....	105
Cuadro N°12. Características generales productos pecuarios del cantón Riobamba.....	109
Cuadro N°13. Producción agrícola del cantón Riobamba	111
Cuadro N°14. Producción pecuaria del cantón Riobamba	114
Cuadro N°15. Producción de leche del catón Colta	116
Cuadro N°16. Producción piscícola del catón Riobamba.....	117
Cuadro N°17. Caracterización de las zonas de intervención cantonal	129
Cuadro N°18. Características generales de los productos agrícolas del cantón Penipe	131
Cuadro N°19. Características generales productos pecuarios del cantón Riobamba.....	134
Cuadro N°20. Producción agrícola del cantón Penipe	135
Cuadro N°21. Producción pecuaria del cantón Penipe	138
Cuadro N°22. Producción de leche del catón Penipe	139
Cuadro N°24. Infraestructura turística.....	178
Cuadro N°25. Planta turística	181
Cuadro N°26. Proyección de la oferta	174
Cuadro N°27. Proyección de la demanda.....	175

Cuadro N°28. Proyección de la demanda.....	175
Cuadro N°29. Cálculo de la demanda insatisfecha.....	176
Cuadro N°30. Cálculo de la demanda objetivo	178
Cuadro N°31. Manual de cargo y funciones del Presidente.....	viii
Cuadro N°32. Manual de cargo y funciones del Secretario (a)	
Cuadro N°33. Manual de cargo y funciones del Tesorero (a)	234
Cuadro N°34. Manual de cargo y funciones del coordinador (a) operativo	235
Cuadro N°35. Manual de cargo y funciones del coordinador (a) de ventas.....	236
Cuadro N°36. Matriz de Lázaro Lagos.....	244
Cuadro N°37. Cuantificación de impactos	247
Cuadro N°38. Medida de mitigación de impactos	248
Cuadro N°39. Inversión del proyecto	251
Cuadro N°40. Detalle de inversiones.....	252
Cuadro N°41. Financiamiento.....	253
Cuadro N°42. Depreciación de activos fijos.....	253
Cuadro N°43. Cálculo del pago de la deuda en USD.....	254
Cuadro N°44. Estructura de gastos en USD	254
Cuadro N°45. Ingreso por productos vendidos	255
Cuadro N°46. Estado de resultados en USD	256
Cuadro N°47. Flujo de caja en USD	256
Cuadro N°48. Análisis de la demanda	257
Cuadro N°49. Evaluación de los indicadores productivos agropecuarios.....	268
Cuadro N°50. Evaluación y jerarquización de la ruta	270

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico N° 01. Mapa de ubicación de las zonas de intervención	46
Gráfico N° 02. Mapa de distribución de las zonas de intervención del MAGAP cantón Colta	59
Gráfico N° 03. Mapa de distribución de las zonas de intervención del MAGAP cantón Riobamba.....	104
Gráfico N° 04. Mapa de distribución de las zonas de intervención del MAGAP cantón Penipe.....	130
Gráfico N° 05. Flujograma de para la reservación	238
Gráfico N° 06. Flujograma de recepción de turistas.....	240
Gráfico N° 07. Flujograma de desarrollo del tour.....	242

I. **DISEÑO DE UNA RUTA DE AGROTURISMO EN LAS ZONAS DE INTERVENCIÓN DEL MAGAP, CANTONES COLTA, RIOBAMBA Y PENIPE, DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

II. **INTRODUCCIÓN**

A. **IMPORTANCIA**

Ecuador es un país rico tanto en recursos naturales como culturales gracias a factores climáticos como geográficos, cuenta con una alta biodiversidad la cual puede ser aprovechada para el fomento y la generación del turismo, el cual también se convierte en una fuente de ingresos buscando desarrollar la sostenibilidad en cada sitio donde se lo practique.

Según el Ministerio de Turismo, el arribo de turistas extranjeros a Ecuador creció en un 7,42% durante 2013, al registrar 1'366.269 arribos, superando así el crecimiento mundial que, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo sería del 4%, en cambio, el turismo interno tuvo un incremento del 5,67%.

Este crecimiento, según el MINTUR, es una evidencia de la aplicación de estrategias de promoción por parte del ministerio, lo que permitió que el 2013 y 2014 obtuvieran al menos una veintena de premios y reconocimientos mundiales destacándose: 'World's Leading Green Destination' (Destino Verde Líder del Mundo 2013 y 2014), otorgado por World Travel Awards Worldwide Edition en Doha, Qatar y Quito, Ecuador respectivamente.

El país, en especial la región Sierra Centro posee gran potencialidad turística gracias a la cordillera andina, lagunas, sitios arqueológicos, iglesias y parques, todo el encanto natural y riqueza de las culturas milenarias la hacen única y atractiva para visitarla. Los diez cantones que forman la provincia de Chimborazo, son bendecidos por su productividad diversa y alta, tanto en agricultura como ganadería sobre todo los cantones Colta, Riobamba y Penipe.

Todas estas particularidades antes mencionadas generan oportunidades de dinamización turística interna, vinculando las demás actividades cotidianas de las localidades al mantener sinergias institucionales, estatales y privadas, para fortalecer el manejo organizacional así como las actividades y servicios turísticos en algunos casos, lo cual contribuye a una mejor dinámica del turismo sostenible en el territorio provincial.

Bajo esta perspectiva y en estrecha concordancia con las estrategias del Plan Nacional del Buen Vivir (2009-2013), tanto el turismo como la práctica agropecuaria para la revalorización del conocimiento ancestral, se constituyen en esferas productivas que bien manejadas propenden a un desarrollo real.

Frente a estas condiciones favorables para el desarrollo de la agricultura y el turismo, el MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca) con sus diversas estrategias de intervención a nivel provincial, ha identificado al agroturismo como una nueva forma de asociación que integra servicios y convivencia comunitaria, al mismo tiempo que procura el mejoramiento de las condiciones de vida de la población.

En este sentido y adosado a la estrategia nacional de turismo, la creación de una ruta de agroturismo para los cantones de Colta, Riobamba y Penipe, contribuye a instaurar un sistema de desarrollo alternativo tanto para las localidades como para la provincia, fortaleciendo así el sistema económico, social y ambiental sustentable que involucra a la población en el manejo de políticas económicas solidarias acordes a su realidad, impulsando el desarrollo soberano y altivo de la población.

B. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad el Ecuador ha desarrollado varias propuestas para el avance del turismo, el PLANDETUR 2020 como directriz de planificación para el turismo a nivel nacional, promueve nuevas formas de turismo que requieren de un trabajo integrado entre varias carteras de Estado.

El Gobierno Nacional durante los últimos años, a la par que el turismo, ha impulsado el desarrollo agropecuario de las localidades por medio de la intervención del MAGAP estableciendo estrategias de mejoramiento de la producción tanto agrícola como ganadera y piscícola.

Los cantones Colta, Riobamba y Penipe son espacios agrícolas y ganaderos, además de esto, poseen gran potencial en atractivos naturales como culturales para el turismo, pero estas actividades se han visto afectadas en estos años por diversos factores como: el cambio del clima, ausencia de lluvias, la emigración del campesino a la ciudad, escasa generación de empleo, el deterioro de los atractivos turísticos, falta de planta e infraestructura turística, etc., lo que obliga a buscar nuevas alternativas de turismo como el agroturismo en el que se involucren prácticas agroecológicas y se promueva la conservación de los recursos naturales, así como acciones de revitalización cultural en torno a los sistemas de producción, como actividades turísticas.

Bajo estas perspectivas el MAGAP reconoce el gran potencial de los sistemas de producción agrícola, ganadero, piscícola que se podrían integrar al turismo de los cantones Colta, Riobamba y Penipe a través de una ruta de agroturismo, donde se practiquen los principios de sostenibilidad, para lograr en el territorio el uso racional de los recursos y la redistribución de beneficios económicos y sociales para las poblaciones involucradas, para la generación de empleo, promover la integración sectorial y multisectorial, el desarrollo de las comunidades, el cuidado de los recursos naturales y la revitalización de la cultura.

III. OBJETIVOS

A. Objetivo General

Diseñar una ruta de agroturismo para las zonas de intervención del MAGAP, cantones Colta, Riobamba y Penipe, de la provincia de Chimborazo.

B. Objetivos específicos

1. Caracterizar los sistemas de producción agropecuarios de las zonas de intervención del MAGAP, cantones Colta, Riobamba y Penipe, de la provincia de Chimborazo.
2. Evaluar el potencial turístico del territorio vinculados a los sistemas de producción agropecuarios, de las zonas de intervención del MAGAP cantones Colta, Riobamba y Penipe, de la provincia de Chimborazo.
3. Diseñar técnicamente la ruta de agroturismo, para las zonas de intervención del MAGAP, cantones Colta, Riobamba y Penipe, de la provincia de Chimborazo.
4. Evaluar la ruta de agroturismo diseñada para las zonas de intervención del MAGAP, cantones Colta, Riobamba y Penipe, de la provincia de Chimborazo.

IV. HIPÓTESIS DE TRABAJO

Los cantones Colta, Riobamba y Penipe de la provincia de Chimborazo cuentan con recursos turísticos y agropecuarios, que pueden ser integrados en una ruta de agroturismo, que promueva acciones para dinamizar las actividades turísticas y agropecuarias de forma sostenible.

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. GENERALIDADES

1. Turismo

Según la OMT (2007), el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo.

“Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas” (Hunziker & Krapf, 1942).

2. Turismo sostenible

El turismo sostenible son aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje (AMMAA, 2008).

Según la OMT (2007), turismo sostenible es “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

3. Sistema Turístico

La OMT (2009), establece que el sistema turístico está compuesto por un conjunto de elementos heterogéneos que están estrechamente vinculados entre sí y en constante dinamismo, se compone de cuatro elementos: La demanda, la oferta, espacio geográfico y los operadores de mercado.

Noboa, Tierra y otros (2008) en el documento “Diseño de la ruta de potencialización del turismo sostenible en la Región Amazónica Ecuatoriana” MINTUR, señalan que el sistema turístico está constituido por un conjunto de elementos interdependientes que permiten su funcionamiento y que se encuentra en estrecha relación con la vida de la población, ya sea su involucramiento como turistas o como anfitriones. El turismo se estructura en cuatro elementos sustanciales: los atractivos y las consiguientes actividades que éstos posibilitan, la infraestructura social básica, la planta turística y, la superestructura. Estos elementos configuran la oferta turística y se sintetizan en los productos turísticos que se ofrecen a los visitantes. El diseño de estos productos dependerá también de la dinámica de la demanda, constituida por el número de personas que viajan o desean viajar, y son éstas y sus usos

de los servicios e instalaciones creadas para la recreación, los que hacen de combustible para el motor del propio sistema.

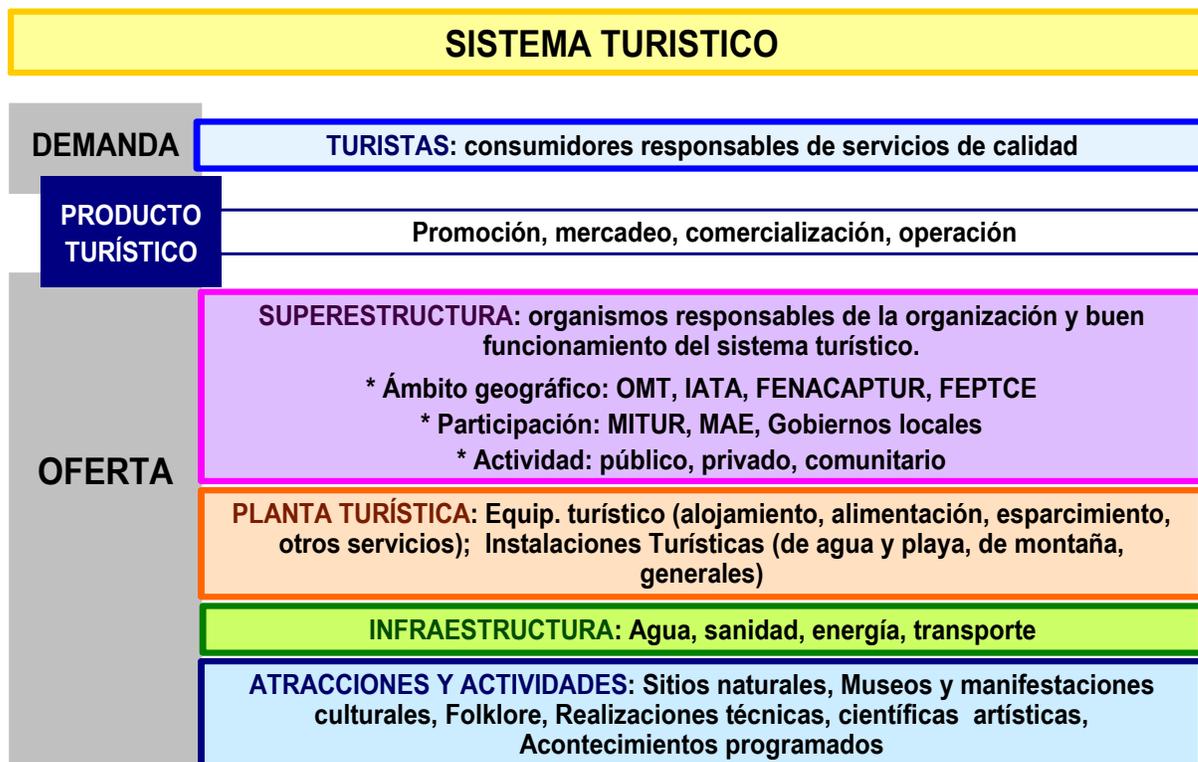


Gráfico N° 01. Sistema turístico

4. Ruta turística

Las rutas turísticas son consideradas como productos turísticos que están basados en un recorrido que es presentado con anterioridad y brinda una orientación a los consumidores sobre las actividades que llevará a cabo en un destino. Las mismas están constituidas por un conjunto de elementos integrales que son ofertados en el mercado turístico.

Se considera como ruta turística un itinerario seguido a partir de un sitio de partida en una determinada dirección, para recorrer un espacio que tiene un sitio final o una llegada, lo que le permitirá percibir una experiencia de viaje y la definen como un conjunto de actividades

y atracciones que incentivan la cooperación entre diferentes áreas y que sirven de vínculo para estimular el desarrollo económico a través del turismo (Briedenhan & Wickens, 2003).

Para Chan (1996) la ruta turística es una propuesta estandarizada de lugares y actividades a realizar en una zona bajo régimen, tiempos y duración de visitas flexibles. Son una modalidad de los productos turísticos que basado en un itinerario previo que facilita, la orientación del pasajero en el destino.

B. CARACTERIZACIÓN DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIOS

1. Agricultura tradicional

La agricultura tradicional, son los sistemas de uso de la tierra que han sido desarrollados localmente durante largos años de experiencia empírica y experimentación campesina (MAGAP, 2011).

2. Agricultura sostenible

Según la FAO (2009), manifiesta que la “Agricultura sustentable es el manejo y conservación de los recursos naturales y la orientación de cambios tecnológicos e institucionales de manera de asegurar la satisfacción de las necesidades humanas en forma continuada para las generaciones presentes y futuras. Tal desarrollo sustentable conserva el suelo, el agua, y recursos genéticos animales y vegetales; no degrada al medio ambiente; es técnicamente apropiado, económicamente viable y socialmente aceptable”.

3. Agroturismo

“El agroturismo es turismo en explotaciones agropecuarias, combinando recreación tradicional en contacto con la vida del predio, conociendo el modo de vida rural y las

tradiciones campesinas, y donde uno de los principales motivos de las visitas sea la interacción con la explotación agropecuaria, forestal, acuícola y otras formas de producción del mundo rural” (Pierro, 2004).

Según la OMT (2003), el agroturismo es un turismo que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), y que complementa los ingresos de los pequeños agricultores a través de algunos servicios, por lo general alojamiento comida y oportunidades de familiarización con trabajos agropecuarios.

a. Características del agroturismo

Según Alarcón (2009), esta modalidad de turismo tiene algunas características que valen la pena resaltar:

- Se pone en valor "lo auténtico", que es lo que este tipo de turista desea consumir, es decir se muestra la historia, la cultura y costumbres de una comarca o zona en cuestión;
- Se ofrece trato personalizado y familiar en ambientes poco mecanizados;
- Se logran formar empresas familiares con este desarrollo, y esto trae aparejado la disminución de la emigración a los grandes centros poblados fundamentalmente de la gente joven; y por último:
- La actividad turística convive con las actividades tradicionales del campo.

4. Caracterización de los sistemas de producción

El sistema de producción es "el conjunto estructurado de actividades agrícolas, pecuarias y no agropecuarias, establecido por un productor y su familia para garantizar la reproducción de su explotación; resultados de la combinación de los medios de producción (tierra y capital) y de la fuerza de trabajo disponible en un entorno socioeconómico y ecológico determinado" (adaptado de Dufumier, M). Los sistemas de producción se caracterizan por sus objetivos, limitaciones producción (vegetal, animal, transformación), sus técnicas recursos y sus resultados (Mora & Obando, 1995).

5. Sistema de producción agrario

Un sistema agrario “es un modo de explotación del medio, históricamente constituido, duradero; sistema de fuerzas de producción adaptado a las condiciones bioclimáticas (combinación de elementos como la temperatura, precipitación, relieves, etc) de un espacio dado y que responde a las condiciones y necesidades sociales del momento” (Mazoyert & Roudart, 1997).

6. Sistema de producción pecuario

La producción pecuaria como un proceso de transformación de una materia prima que proporciona la naturaleza, en este caso el animal, se obtiene de la aplicación de capital y trabajo del hombre, un producto como leche, carne, huevo, miel, lana para satisfacer sus necesidades (González & Olovarría, 2008).

C. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL TERRITORIO

1. Potencial turístico

El potencial turístico es aquella actividad capaz de generar efectos multiplicadores de empleo y producciones, tanto directas como indirectas, y de manera descentralizada. Las tendencias mundiales respecto al concepto de turismo y la variedad de atractivos turísticos disponibles en diferentes partes del país, sustenta la potencialidad que tiene la actividad turística en el Ecuador, al turismo se ha constituido en el cuarto generador de divisas en nuestro país. El ecoturismo tiene especial potencial de desarrollo en las zonas que ofrecen entornos naturales que se combinan con grupos étnicos que buscan la forma de reportar beneficios económicos a sus comunidades y se convierte en una motivación para la conservación y desarrollo sostenible (Ricaute, 2005).

Según la OMT (2007), la evaluación del potencial turístico de una zona permitirá determinar al territorio correspondiente en el que se llevará a cabo el proyecto de desarrollo turístico, una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permitirá minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones. Por ello evaluar el potencial turístico local conlleva dos fases fundamentales:

Primera fase: El análisis de la situación turística existente, es decir una fase inicial en la que se analiza la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado;

Segunda fase: El diagnóstico de la potencialidad turística que, comparando los resultados del análisis de la situación, permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, decidir la conveniencia o no del turismo en la zona.

La evaluación del potencial turístico de una zona permitirá determinar el territorio correspondiente en el que se llevará a cabo el proyecto de desarrollo turístico, una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permitirá dinamizar los riesgos de implicarse en malas inversiones.

D. DISEÑO TÉCNICO DE RUTAS DE AGROTURISMO

1. El producto turístico

Los productos turísticos están formados por un agregado de infraestructuras, equipamientos, servicios públicos, servicios turísticos y valores, atributos de imagen, que ofrecen en un determinado territorio y que el turista conforma y consume libremente, de acuerdo a sus necesidades y preferencias. La competitividad de un producto turístico está condicionada por la competitividad agregada de todos sus componentes (Ogando, Mamani & Faría, 2006).

Cuando un turista compra un producto turístico compra un producto que está sustentado en lo que se denomina la "oferta turística" de un país (región) y esta oferta se fundamenta en el "patrimonio turístico" de un país (región). Pero el producto no solo tiene características o atributos atendiendo a su fabricación industrial, pues al satisfacer una necesidad humana el producto tiene atributos de orden psicológico y sociológico. Entonces al diseñar el producto, no se puede hacer una definición objetiva del mismo sino que hay que hacerlo pensando en el turista, utilizando su visión.

Después de realizar el diagnóstico, se confecciona una matriz donde se analizan los atributos del producto en relación con los requerimientos básicos de los segmentos seleccionados para su diseño. Se establece si el concepto del producto corresponde a los requerimientos del mercado (Machado & Hernández, 2009).

2. La ruta como producto turístico

Ruta es el rumbo a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de los itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de valores paisajísticos, culturales, humanos y naturales, que realizan el centro de atención (Luque, 2009).

El diseño e implementación de rutas turísticas se constituye en la mejor forma de poner en valor un territorio o un espacio. Un paseo sin rumbo o al azar no ofrece al visitante la misma información ni satisfacción que una visita dirigida a los principales puntos naturales, culturales, etnográficos, etc. El acondicionamiento de estas rutas, itinerarios y paseos hacen que el visitante encuentre la posibilidad de organizar su tiempo, distribuir sus visitas, eligiendo directamente aquello que le interese conocer.

Una ruta debe tener un contenido temático, que una sus puntos y de coherencia y de atraktividad al recorrido. Los temas pueden ser variados y en función de estos se debe realizar la información referente. Se evidencia que la ruta es algo más que los atractivos que se visitan.

Constituye una manera de relacionar atractivos y territorios con la experiencia temática escogida (agroturismo) y el contacto con la gente del lugar, que le convierte en un producto dinámico y vivo que incrementa la satisfacción del turista. La ruta ofrece la posibilidad de dar a conocer ya sea un determinado tema o diferentes atractivos que aisladamente

carecerían de interés o jerarquía suficiente como para atraer una demanda; pero igual al integrar una ruta específica forman parte de un producto turístico unitario.

3. Estructura técnica de la ruta turística

El MINTUR (2008) en el documento “Diseño de la ruta de potencialización del turismo sostenible en la Región Amazónica Ecuatoriana”, establece la estructura técnica para el diseño de una ruta turística, en base a los siguientes componentes:

a. Mapa de identificación de la ruta

Corresponde al mapa georeferenciado que identifica el ámbito geográfico de la ruta a identificar, que articula los puntos de interés de la visita, además que incorpora atractivos, actividades, facilidades y accesibilidad en correspondencia a la presencia de productos turísticos existentes o potenciales.

b. Objetivo de la ruta

Especifica la/s finalidad/es que persiguen con la estructuración de la ruta.

c. Concepto de la ruta

Describe las modalidades de turismo que se incluyen en la operación de la misma.

d. Demanda potencial

Define el segmento de demanda potencial a la cual está enfocada la operación de la ruta.

e. Productos turísticos identificados en la ruta

Se incorporan los atractivos, actividades, facilidades (planta turística) y accesibilidad identificados, para el diseño de la ruta.

f. Potencialidad turística

Identifica los atractivos turísticos de mayor potencialidad que serán incluidos en la ruta, articulados entre sí para poner en valor turístico el territorio.

g. Planta turística disponible

Identifica los establecimientos privados o comunitarios que faciliten los servicios de hospedaje, alimentación y recreación.

h. Infraestructura social básica disponible

Identifica la existencia de servicios básicos (agua, energía, accesibilidad, salubridad, comunicación, entre otros).

i. Actividades turísticas principales y complementarias

Define las actividades turísticas principales y complementarias que se puede realizarse en la ruta.

j. Localidades receptoras

Identifica las cabeceras cantonales (centros de distribución y abastecimiento) de las cuales partiría la operación de la ruta.

k. Paquetes turísticos

Un paquete Turístico es la integración previa en un solo producto, de dos o más servicios turísticos o relacionados con éstos y que es ofrecido al público en general mediante material impreso, o cualquier otro medio de difusión.

En la creación de paquetes se distinguen dos tipos de estrategias.

- La primera, denominada de precio, consiste en la venta de dos o más productos en un único paquete, con un descuento en el precio. Las estrategias de precios suponen que el paquete se oferta como una forma de promoción y abaratamiento del producto.

- La segunda, denominada de producto, es la integración de dos o más productos a cualquier precio, implicando algún tipo de valor añadido. Las estrategias de producto, por el contrario, suponen una organización o integración de los distintos productos que se unen.

El paquete turístico, en su origen, es el paradigma de una estrategia de producto. Aunque la adquisición de un paquete turístico pueda suponer un coste del viaje menor que la compra separada de sus componentes, el comprador del paquete valora principalmente el valor añadido de la integración de todo el viaje en un paquete de servicios (Alegre & Llorenc, 2006).

1) Cálculo del precio del paquete

Los dos determinantes principales del precio son los costos de producción y la competencia. No resulta rentable vender un producto a un precio inferior a los costes de producción, pero es imposible hacerlo a un precio superior al de los bienes similares. No obstante, existen muchos otros factores que determinan el precio final. La política de la empresa puede exigir que se venda a un precio que minimiza los beneficios en las nuevas líneas de productos, o se puede bajar mediante descuentos para vender mayor cantidad (Machado & Hernández, 2009).

I. Gestión de la ruta

Se establecen los actores involucrados (instituciones públicas, privadas, comunitarias) en el manejo, operación de la ruta y/o administración.

m. Requerimientos de la ruta

Se identifica los aspectos o elementos necesarios para la operación de la ruta.

4. Mercadeo y comercialización

a. Marketing turístico

Según Cobra (2003), vender un servicio de viaje o turismo incluye cierta magia porque el vendedor vende un sueño, incluso una fantasía. Para vender bien, el vendedor debe crear un clima adecuado y estar presto a esclarecer todas las dudas, pues una sola se puede transformar en una objeción de compra y en un rechazo.

1) Plan de marketing

Como instrumento de planeación, el plan debe realizar un análisis completo de la situación actual de la empresa en el mercado, tratando de evaluar de manera objetiva: el mercado y sus principales tendencias, los productos y servicios de la empresa, la competencia, plan detallado de estrategias de distribución y venta, plan detallado de comunicación y los costos y resultados esperados desde el punto de vista económico – financiero.

Es el conjunto de procedimientos para vender productos y servicios de una empresa. Tiene que cumplir el objetivo del consumidor (satisfacción) y el de la empresa (beneficios, rentabilidad) Esta relación empresa- consumidor se produce en el mercado. El marketing

utiliza 4 herramientas, de la combinación adecuada de estas herramientas depende el éxito de nuestra oferta de servicios:

- Producto
- Precio
- Promoción
- Plaza (distribución)

2) Producto

Es el conjunto de atributos tangibles o intangibles que la empresa ofrece al mercado meta. Un producto puede ser un bien tangible (p. Ej.: un auto), intangible (p. ej.: un paquete turístico, servicio de limpieza a domicilio), una idea (p. ej.: la propuesta de un partido político), una persona (p. ej.: un candidato a presidente) o un lugar (p. ej.: una reserva forestal).

El "producto", tiene a su vez, su propia combinación o mezcla de variables: variedad, calidad, características, marca y servicios.

3) Precio

Se entiende como la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por un determinado producto o servicio. El precio representa la única herramienta de marketing que generan ingresos y egresos para la empresa. Sus variables componentes son los siguientes: lista de precios (alojamiento, transporte, alimentación), descuentos, complementos, periodo de pago y condiciones de crédito.

4) Plaza

También conocida como Posición o Distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta. Sus variables son las siguientes: canales, cobertura, surtido, ubicaciones, inventario, transporte y logística.

5) Promoción

Abarca una serie de actividades cuyo objetivo es: informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto. Sus características son las siguientes: publicidad, venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas y propaganda.

En resumen, la mezcla de promociones la combinación de ciertas herramientas como la publicidad, venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo, merchandising y publicidad blanca, para lograr metas específicas en favor de la empresa u organización.

a) Herramientas del conjunto de la promoción

- **Publicidad:** cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.
- **Venta personal:** forma de venta en la que existe una relación directa entre comprador y vendedor. Es una herramienta efectiva para crear preferencias, convicciones y acciones en los compradores.
- **Relaciones públicas:** consiste en cultivar buenas relaciones con los públicos diversos (accionistas, trabajadores, proveedores, clientes, etc.) de una empresa u organización.
- **Promoción de ventas:** consiste en incentivos a corto plazo que fomentan la compra o venta de un producto o servicio. Por ejemplo: Muestras gratuitas, cupones, paquetes de premios especiales, regalos, descuentos en el acto, bonificaciones, entre otros.

b) Marketing directo

Consiste en establecer una comunicación directa con los consumidores individuales, cultivando relaciones directas con ellos mediante el uso del teléfono, el fax, correo electrónico, entre otros, con el fin de obtener una respuesta inmediata.

c) Merchandising

Es el conjunto de técnicas destinadas a gestionar el punto de venta para conseguir la rotación de determinados productos.

d) Publicidad blanca

Consiste en la forma impersonal de estimular la demanda o de influir en la opinión o actitud de un grupo hacia la empresa, a través de una comunicación en medios masivos que no paga la empresa u organización que se beneficia con ella.

Ocampo (2003), señala que las tendencias en promoción serán inicialmente de fuerte incidencia sobre la educación de los consumidores y miembros del canal de distribución. Tras la educación, deberá incrementarse la información a los que intervienen en relación de intercambio.

5. Estudio administrativo legal**a. Estudio administrativo**

Cobra (2003), señala: para que un proyecto turístico funcione adecuadamente debe contar con una base administrativa bien estructurada, la cual debe cumplir con los siguientes objetivos: Conocer quien o quienes administrarán el proyecto, definir la estructura

organizativa del proyecto, definir funciones y responsabilidades, establecer leyes, reglamentos y normas que amparan, definir los gastos de constitución de la empresa.

La parte administrativa deberá contar a su vez con áreas funcionales que se complementen entre sí para un adecuado funcionamiento de la empresa, las áreas sugeridas son:

1) Área comercial

Deberá posicionar el producto en el mercado, creando un plan de marketing y publicidad además de establecer políticas de precios y se obligará a innovar permanentemente el producto que se está ofertando.

2) Área de producción

De esta área saldrá un producto de calidad es donde se llevará a cabo la innovación del producto de acuerdo a los criterios establecidos previamente en el área comercial.

3) Área administrativa

Esta será la base de las demás áreas ya que aquí se contará con toda la información necesaria que permita el trabajo de las otras áreas, a partir de ésta área se organizarán y planificarán los procesos, controlando y evaluando los procesos que se realice en el área financiera.

b. Estudio legal

El MINTUR (2008), indica que, el proyecto turístico para su operación y funcionamiento debe sujetarse entre otras a los siguientes impuestos y controles estatales:

a) El registro único de turismo.

- b) Impuestos tributarios.
- c) Impuestos por la licencia única anual de funcionamiento.
- d) Permiso de operación al MAE en caso de ejecutar el proyecto en Áreas Naturales Protegidas, etc.

Según Yucta (2003), la estructura legal va a depender también de cómo y quién ejecutará el proyecto, por ejemplo, si es como empresa societaria, familiar, comunitaria, o su similar, se deberá establecer un organigrama estructural el cual debe representar una visión de la organización que define claramente los siguientes niveles jerárquicos: Nivel directivo, nivel administrativo y operativo.

6. Evaluación ambiental y socio cultural

Yucta (2003), indica que: los estudios de Impacto Ambiental (EIA), son uno de los métodos más efectivos para determinar cuánto un proyecto será sostenible, y si lo es, para elaborar las medidas a tomar para garantizar que seguirá siendo sostenible. Debidamente aplicados los EIA pueden minimizar el deterioro de los recursos naturales y la degradación ambiental o social que normalmente acompaña a todo desarrollo.

Según el MAE (2004), un estudio de impacto ambiental deberá contener los siguientes aspectos:

- La estimación de los efectos causados a la población humana, la biodiversidad, el suelo, el aire, el agua, el paisaje y la estructura y función de los ecosistemas presentes en el área previsiblemente afectada;
- Las condiciones de tranquilidad públicas, tales como: ruido, vibraciones, olores, emisiones luminosas, cambios térmicos y cualquier otro perjuicio ambiental derivado de su ejecución; y,
- La incidencia que el proyecto, obra o actividad tendrá en los elementos que componen el patrimonio histórico, escénico y cultural.

a. Matriz de Lázaro Lagos

La Matriz de Lázaro Lagos para la evaluación de impactos ambientales, se obtuvo a partir de las matrices de Leopold y Batelle-Columbus, todo gracias al ingenio del científico cubano Lázaro Lagos que modificó las mencionadas matrices para transformarse en un método fácil, rápido y sencillo, que permite al investigador generar información precisa.

La matriz está determinada en primera instancia por los componentes ambientales que están siendo afectados o estudiados como: agua, aire, suelo, flora y fauna, entre otros. Así como también las actividades que se realizan en el proyecto, para posteriormente desembocar en los impactos generados. Para la evaluación de los componentes mencionados se han determinado nueve criterios de evaluación (Borja, 2009).

7. Estudio económico

Un estudio financiero es una síntesis cuantitativa que demuestra con un margen razonable de seguridad, o la realización del proyecto con los recursos programados y la capacidad de pago de la empresa (Ocampo 2003)

Hernández (1997), manifiesta que: “El análisis financiero actúa dentro de un estudio de pre inversión como un sintetizador, concentrando de manera cuantitativa las principales conclusiones logradas durante el análisis de mercado y el técnico arquitectónico. Del primero recoge, principalmente, los datos relativos a la cantidad de demanda que cabría satisfacer mediante la inversión durante un cierto periodo, así como los precios y tarifas adecuados, en función de las posibilidades que demuestre la competencia y los futuros consumidores.

En cuanto al estudio técnico, las variables de mayor trascendencia para la elaboración del estudio financiero se refieren tanto al monto de inversión en terrenos y construcciones como al calendario de obras y a las condicionantes de localización y dimensionamiento.

Estas últimas influyen en los otros rubros de inversión (como equipos, mobiliario, gastos preoperatorios, etc.) y en el establecimiento de los costos y gastos pre-operativos”.

Para Hernández, (1997) “Los apartados básicos para la elaboración de un estudio financiero son:

a. Presupuesto de inversión

Le denominaremos inversión al monto de recursos que en forma de capital requiere la empresa en proyecto para materializarse y poder iniciar operaciones, así como aquellas erogaciones que se requerirán durante su funcionamiento para reponer activos fijos obsoletos o para permitir ampliaciones en la planta productiva original. A estas últimas se les conoce también con el término de reinversiones.

La mayoría de los proyectos turísticos permiten agrupar su presupuesto en once apartados específicos que son: terreno; adecuaciones infraestructurales; edificaciones; equipo; mobiliario y decoración; instalaciones especiales; blancos y lencería; gastos preoperatorios; capital de trabajo; gastos financieros de pre-operación; e imprevistos.

b. Calendario de inversiones

El calendario de inversiones junto con el programa de obras no solo representa un instrumento técnico fundamental para el proceso de evaluación y el cálculo de rentabilidad, sino que además es prácticamente indispensable para la negociación y obtención de créditos.

c. Estructura de capital

Se denomina estructura del capital a la forma como se distribuye la inversión total de un proyecto entre sus posibles orígenes financieros, clasificándose inicialmente en dos grandes rubros, aportación propia o de riesgo y participación de crédito.

d. Pronóstico de ingresos

Una vez que el proyecto llega a la etapa de estudio financiero, ya se tendrá definidos los tipos de bienes y servicios que podrá en el mercado la futura empresa, así como los márgenes por considerar en materia de precios y tarifas, al igual que los volúmenes previstos de la demanda por captar, sea en la forma de porcentaje de ocupación o en cualquier otra medida.

e. Análisis sobre la posición financiera esperada

Con los elementos financieros descritos hasta el momento estaríamos en condiciones de analizar a lo largo del tiempo, la posición financiera que deberá alcanzar la empresa, así como sus rendimientos operacionales, su capacidad de endeudamiento y sus expectativas de recuperación.

8. Evaluación financiera

La información generada por los estudios de mercado, técnico y financiero se analiza con el propósito de definir el monto de las inversiones de capital necesaria para implementar el proyecto; asimismo, el resultado de dicho análisis se incorpora a las proyecciones del flujo de efectivo (Ocampo, 2003).

a. Valor presente neto (VAN)

El método de valor presente neto consiste en elegir la mejor entre un grupo de opciones mutuamente excluyentes, convirtiendo en flujo de efectivo en unidades comparables equivalentes (Ocampo, 2003).

El valor actual neto, viene determinado por la suma de los cash flow esperados, actualizados todos ellos con la tasa del costo de capital del inversor (Velastegui, 2002).

b. Tasa de rendimiento interna (TIR)

La tasa interna de rentabilidad, viene determinada por aquel factor de descuento que iguala el VAN a cero. Aunque es una de las medidas más utilizadas como indicador de rentabilidad de las inversiones, adolece de varios defectos, el más significativo el hecho de que es una medida interna que supone que los flujos de caja positivos se reinvierten al tipo de la propia tasa, y que los flujos negativos se financian al mismo costo de la tasa (Velasstegui, 2002).

c. Relación beneficio / costo

La relación beneficio costo de un proyecto a una tasa de interés i es el cociente que resulta de dividir la sumatoria del valor presente de los ingresos netos a una tasa de interés y entre la sumatoria del valor presente de los egresos netos a una tasa de interés (Arboleda, 1998).

E. EVALUACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Según Fierro, Tierra & Piray, (2009) la evaluación de rutas turísticas comprende cinco ejes estratégicos: Ámbito Organizacional, Ordenación del Territorio, Jerarquización de los Atractivos, Oferta Turística e Indicadores Sociales, que se interrelacionan entre sí permitiendo una integralidad de los mismos para la estructuración de un producto turístico que logre atraer mercados turísticos nacionales e internacionales y que contribuya a disminuir los índices de pobreza de las poblaciones locales y por ende el mejoramiento de la calidad de vida.

A continuación se describen los ejes estratégicos y los criterios que se encuentran inmersos en ésta propuesta metodológica, analizados para la evaluación de una ruta turística:

1. Ámbito Organizacional

Constituye uno de los ejes de mayor relevancia, debido a que el desarrollo de actividades deben estar enmarcadas siempre dentro de un marco organizativo sólido, capaz de

gestionar, administrar, controlar y evaluar las actividades ejecutadas en el contexto territorial. De este modo, se lo considera importante en la estructuración de rutas turísticas y productos, como un eje transversal que permita su desarrollo en la sostenibilidad ambiental, socio – económica y cultural.

a. Gobiernos locales – incidencia pública

Gobiernos locales que hayan firmado el convenio de transferencia de competencias en el ámbito turístico es decir, que sean municipios descentralizados y como tales tengan la capacidad de gestionar y dictaminar ordenanzas, leyes y reglamentos para el desarrollo de la actividad turística, tendrán una mejor ponderación correspondiente a 8 puntos, en tanto que los municipios no descentralizados pero que de una u otra manera estén desarrollando actividades turísticas tendrán una valoración máxima de 2 puntos y los municipios no descentralizados que no ejerzan acciones en el ámbito turístico tendrán una valoración de 0.

1) Descentralizados: gobierno local que cuente con herramientas de/para:

- Planificación: Plan Estratégico y Plan Operativo Anual “POA”, presencia del Consejo Cantonal de Turismo y una Comisión de Turismo en el pleno del Consejo Municipal.
- Control para la prestación de servicios turísticos a nivel cantonal: evidencia de un plan de inspecciones para la actualización del catastro turístico que incluya la participación de organizaciones como Dirección de Salud, Bomberos, CAPTUR, Intendencia, Policía de migración, MINTUR.
- Estadísticas Turísticas actualizadas.
- Difusión y promoción de productos turísticos mediante Plan de promoción y difusión y medios elaborados para este fin, además que evidencie la presencia del I-Tur.

- Emisión del Licencia única Anual de Funcionamiento “LUAF”: Ordenanza para emisión y cobro, evidencia de la emisión de la licencia.

2) No Descentralizados: gobierno local que cuente con herramientas de/para:

- Planificación: Plan estratégico y POA.
- Control para la prestación de servicios turísticos a nivel cantonal
- Estadísticas turísticas actualizadas.
- Difusión y promoción de productos y/o atractivos turísticos a través de medios elaborados para este fin.

3) Organizaciones privadas y comunitarias – incidencia

Organizaciones que tengan injerencia directa en el sector turístico mediante el desarrollo de la actividad y/o que puedan apoyar al desarrollo turístico en el ámbito privado: empresa privada, Organismos no Gubernamentales ONG's, Organizaciones de cooperación Internacional; y en el ámbito comunitario organizaciones como las de tercer grado, segundo y las organizaciones de base, todas jurídicamente constituidas de acuerdo al marco legal existente, considerando que la actividad turística de gestión comunitaria desarrollada en las comunidades de base, pueden ser reconocidas legalmente por el Ministerio de Turismo en calidad de Centros de Turismo Comunitario.

i. Sector comunitario

Comunidades de base sin reconocimiento legal para desempeñar actividades turísticas: que desarrollen actividades turísticas que preste uno o más servicios turísticos relacionados con hospedaje, alimentación, guianza, transporte y servicios complementarios.

Comunidades de base con reconocimiento legal para desempeñar actividades turísticas que desarrollen actividades turísticas que presten uno o más servicios turísticos relacionados con hospedaje, alimentación, guianza, transporte y servicios complementarios. Reconocidos por el Ministerio de turismo como Centros de Turismo Comunitario y posean el LUAF.

ii. Sector privado

- **Registrados y Catastrados:** establecimientos turísticos de hospedaje, alimentación, intermediación, operación, recreación, discotecas y bares que estén debidamente registrados, catastrados y que cuenten con LUAF.
- **No registrados:** establecimientos turísticos de hospedaje, alimentación, intermediación, operación, recreación, discotecas y bares que no estén debidamente registrados, catastrados y que no cuenten con LUAF. Pero que sin embargo, cuenten con el permiso de funcionamiento de la Intendencia de Policía.
- **ONG que estén trabajando en el territorio para el desarrollo de la actividad turística:** que exista al menos una ONG u organismo de Cooperación que apoye el desarrollo de actividades turísticas.

b. Ordenación del territorio

Es una herramienta de planificación del territorio que a través de la identificación de las potencialidades y limitantes del mismo, constituye una base para una adecuada administración y control de los recursos: ambientales, socio – económicos y culturales, logrando un manejo territorial integral y efectivo en materia del turismo.

1) Identificación y articulación de recursos como potenciales atractivos turísticos

La ruta debe ser capaz de articular recursos naturales y culturales con potencialidad turística, que se encuentran dispersos en el territorio con capacidad de integrarse entre sí, independientemente de que puedan ser focales y complementarios para que formen parte de la oferta turística.

- i. **Conectividad entre recursos con potencialidad turística:** que posea como mínimo 2 recursos turísticos con potencialidad en el territorio que permita la realización de circuitos o excursiones de un día que puedan integrarse a la ruta.
- ii. **Conectividad entre recursos con potencialidad turística y poblados:** recursos vinculados a centros poblados que presten servicios de hospedaje y alimentación o que la población tenga el interés de incursionar en la actividad turística.

2) Identificación y articulación de espacios turísticos

Identificar espacios turísticos con potencialidad, difundidos pero no posicionados en el mercado turístico nacional y/o internacional, los mismos que puedan articularse a espacios turísticos con mayor potencialidad y posicionados en el mercado turístico nacional y/o internacional para el desarrollo turístico de la zona.

- i. **Vías de comunicación:** que cuente con vías de acceso en un estado aceptable que no implique riesgo para la seguridad del visitante, permitiendo por lo tanto el acceso a los espacios turísticos.
- ii. **Infraestructura básica:** poblados cercanos a los recursos con potencialidad turística y que posean servicios de energía eléctrica, agua potable y/o entubada de buena calidad, comunicación, sanidad y transporte.

c. Jerarquización de los atractivos

Para impulsar la actividad turística es necesario contar con atractivos turísticos focales, complementarios y de apoyo, que impulsen el desarrollo turístico del sector, de ahí que, para la estructuración de una ruta turística se requiere identificar, evaluar y jerarquizar los atractivos turísticos que forman parte de la ruta, considerando las jerarquías IV, III, II y I, que pueden atraer la afluencia turística nacional e internacional por el potencial correspondiente a cada una de las jerarquías.

Se debe tomar en cuenta que el momento de evaluar las jerarquías con respecto a los ejes tanto la jerarquía I como II hace referencia a un potencial menor lo cual implicaría menor puntuación, en tanto que los atractivos de jerarquía III y IV, cuentan con mayor potencialidad, por lo que implica una mayor puntuación, de tal manera que si una ruta posee al menos un atractivo de jerarquía VI, puntuación correspondiente es mayor.

Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberá responder aproximadamente a la siguiente descripción:

- **JERARQUÍA IV:** atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.
- **JERARQUÍA III:** atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.
- **JERARQUÍA II:** atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.
- **JERARQUÍA I:** atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como

elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

d. Oferta turística

Para el diseño de una ruta turística, es necesario que exista en el territorio los elementos necesarios como: patrimonio natural y cultural, servicios turísticos, diversidad de actividades turísticas y otros elementos indispensables para la ejecución de actividades, que motiven la visitación de una demanda nacional e internacional.

1) Patrimonio natural y cultural

El diseño de rutas turísticas fomentará la revalorización y conservación del patrimonio natural y cultural tanto por los residentes como por los visitantes de los sitios turísticos incluidos en la ruta desde la perspectiva de sustentabilidad.

- i. Valor cultural:** importancia histórico - cultural tanto en el contexto local (que tenga importancia en el contexto local), nacional (cuando posea una declaratoria de patrimonio cultural tangible e intangible, otorgado por las instancias respectivas) e internacional (con declaratoria de patrimonio cultural otorgada por la UNESCO) como parte del patrimonio cultural.

- ii. Valor natural:** importancia en el contexto local (que tenga importancia en el contexto local), nacional (cuando posea una declaratoria de patrimonio natural otorgado por las instancias respectivas) e internacional (con declaratoria de patrimonio natural otorgada por la UNESCO) de los recursos turísticos naturales y biodiversidad existentes en la ruta.

2) Servicios turísticos

Disponibilidad de servicios turísticos de hospedaje, alimentación, guianza, transportación y recreación que satisfagan las necesidades del turista.

3) Diversificación de actividades turísticas

Los destinos turísticos identificados en la ruta deben presentar atractivos complementarios o actividades turísticas innovadoras contemplándose dentro de ellas la existencia de microempresas comunitarias y/o privadas que aporten a la consolidación de la ruta turística como atractivos de visitación, y que por lo tanto incrementen el interés del turista por el destino, prolongando su tiempo de permanencia con relación a los siguientes rangos: una microempresa con uno a dos días de permanencia, dos microempresas con tres a cuatro días de permanencia y más de tres microempresas con cuatro días de permanencia.

4) Definición de ejes temáticos

Identificar los atractivos turísticos existentes en la ruta y que se relacionen a temas de biodiversidad, cultura, arqueología, producción, agrobiodiversidad, historia, lo cual permitirá enfocar a la ruta sobre un eje temático, valorándose en función a la cantidad de ejes identificados así: un eje y más de dos ejes temáticos con su valoración correspondiente.

5) Indicadores sociales

Se han priorizado los indicadores sociales relacionados con: índice de pobreza y efecto réplica. Esta priorización responde a que, mundialmente el turismo ha sido considerado como una estrategia para la erradicación de la pobreza y complementariamente a ésta acción se genera el efecto réplica como una alternativa capaz de constituirse en un modelo para el desarrollo de nuevas experiencias.

i. Índice de pobreza

Considerar los sectores que presenten mayores índices de pobreza representados por recintos, parroquias, comunidades y cantones, de acuerdo a datos estadísticos presentados por el INEC.

En virtud, de que el turismo es eje de reducción de la pobreza del país y del mundo, se debe visualizar este eje que permita la articulación de estos espacios generando fuentes de empleo que contribuyan a mejorar las condiciones de vida de las poblaciones existentes en la ruta.

Para este componente se valorará la ruta en función del porcentaje de pobreza total existente a nivel local en relación al provincial.

6) Efecto réplica

Se analizará en la ruta el número de veces que las diferentes experiencias turísticas sean capaces de replicarse en torno a las poblaciones locales inmersas en la ruta, que a su vez sirva como estímulo para la creación de nuevas rutas turísticas basadas en las ya desarrolladas, permitiendo su conectividad a la vez que facilita la generación de nuevas iniciativas con visión micro - empresarial a nivel local diversificando con ello la oferta turística del territorio y contribuyendo al mejoramiento de la economía local.

Con estos criterios se elaborará una Matriz de Evaluación de Rutas Turísticas, la misma que incluye un proceso de evaluación y categorización de la ruta, permitiendo identificar la potencialidad para la estructuración de productos turísticos, que por sus características permitirán una integración del territorio del área en estudio y por ende el mejoramiento de las condiciones de vida de las poblaciones asentadas en su trayectoria. La Evaluación de las Rutas, se complementa con la Asignación de diferentes Categorías, mismas que corresponden a 4 y son: Categoría A, B, C y D.

A continuación se presenta las Categorías y su descripción respectiva.

Cuadro N°01. Categorías y valorización de las rutas turísticas

CATEGORÍA	VALORACIÓN
A	75 a 100
B	51 a 75
C	26 a 50
D	1 a 25
CATEGORÍA A	Ruta que cuenta con un mayor de los ejes estratégicos demostrando una buena factibilidad de ejecución y potencial turístico a corto plazo, contribuyendo al desarrollo de las poblaciones locales asentadas en su trayectoria.
CATEGORÍA B	Ruta que posee un grado intermedio de los ejes estratégicos, lo que de nota, que está en proceso de estructuración y de integración, demostrando que esta ruta tiene potencialidad para la ejecución de un desarrollo turístico a mediano plazo, mediante la participación de los organismos públicos, privados, comunitarios y de las poblaciones locales asentadas en su trayectoria.
CATEGORÍA C	Ruta que presenta limitantes en cuanto a los ejes y criterios, lo cual indica que requiere de mayor fortalecimiento en los ejes estratégicos, permitiendo su potencialidad de ejecución y de desarrollo turístico a largo plazo, para proyectarse a impulsar el desarrollo de las poblaciones locales y del turismo del sector.
CATEGORÍA D	Ruta que presenta serios limitantes en cuanto a los ejes y criterios valorados, demostrando que requiere de un trabajo integral más fuerte, concentrado a mejorar cada uno de los ejes estratégicos, por tanto debe integrarse a las rutas turísticas de mayor jerarquía para lograr su desarrollo turístico al largo plazo.

Fierro, Tierra & Piray, (2009)

VI. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

El trabajo de titulación se realizó en los cantones Colta, Riobamba y Penipe de la provincia de Chimborazo.

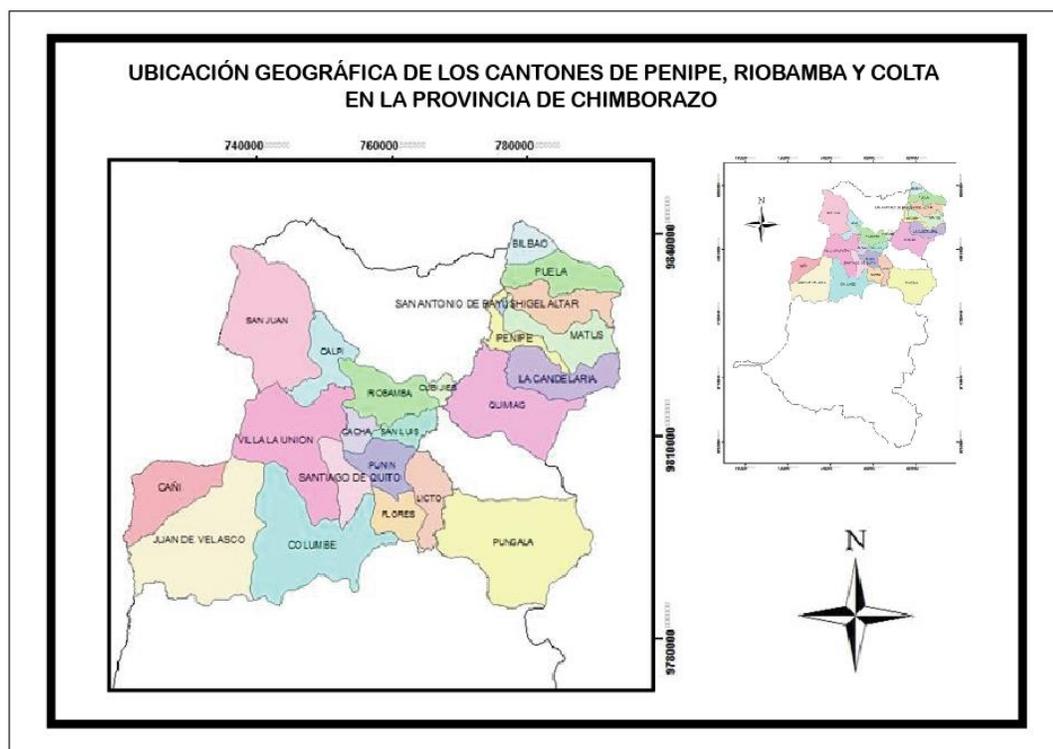


Gráfico N° 02. Mapa de ubicación de las zonas de intervención del MAGAP, cantones Colta, Riobamba y Penipe

2. Ubicación geográfica

Las coordenadas del cantón Colta, Riobamba y Penipe están proyectadas en UTM zona 17 sur datum WGS 84

a. Cantón Colta

X (Este): 754822,10 m

Y (Norte): 9797293,95 m

b. Cantón Riobamba

X (Este): 755693 m

Y (Norte): 9811320 m

c. Cantón Penipe

X (Este): 0777109 m

Y (Norte): 9820093 m

3. Características climáticas

a. Cantón Colta

Según el PDOT GAD MUNICIPAL DE COLTA (2011), por su ubicación y extensión, el cantón Colta posee una variedad de microclimas dependiendo de la altura.

- Temperatura: El clima del cantón es frío - seco, la temperatura oscila entre 10 y 13 °C aunque en las estribaciones de la Cordillera Occidental, hacia la costa el clima varía notablemente dando temperaturas hasta de 18 °C.
- Precipitación: 717mm.
- Humedad relativa: 80%.

b. Cantón Riobamba

Según el PDOT GAD MUNICIPAL DE RIOBAMBA (2011), por su ubicación y extensión, el cantón posee una variedad de microclimas dependiendo de la altura.

- Temperatura: 9°C -18°C
- Precipitación media anual: 400 - 500 mm/ año
- Humedad relativa : 73%

c. Cantón Penipe

En el cantón Penipe las lluvias caen durante todo el año y no existen meses ecológicamente secos, las mayores precipitaciones se producen en los meses de noviembre y diciembre y bajan paulatinamente hasta junio (PDOT GAD MUNICIPAL DE PENIPE, 2011).

Los datos promedio anual son:

- Temperatura: 7°C -12 °C
- Precipitación: 1000 - 2000 mm
- Humedad relativa: 70%

4. Clasificación ecológica

a. Cantón Colta

Según el Sistema de Clasificación Vegetal propuesto por el MAE (2014), la clasificación ecológica del cantón Colta es: bosque húmedo montano (b.h.m.) y bosque húmedo montano bajo (b.h.m.b.)

b. Cantón Riobamba

Según el MAE (2014), el cantón Riobamba posee los siguientes pisos ecológicos: estepa espinosa Montano Bajo (e.e.M.B.), bosque húmedo Montano (b.h.M.) y bosque seco Montano Bajo (b.s.M.B.)

c. Cantón Penipe

Según el sistema de clasificación vegetal propuesto por el MAE (2014), el cantón Penipe al tener una altitud variada pertenece al bosque de neblina montano ya que típicamente se distribuye desde los 1800m hasta 3000 m de altitud.

5. Características del suelo

a. Cantón Colta

Según el INIAP (2010), los suelos ubicados entre los 2500 a 3000 m.s.n.m, son de color pardo grisáceo, pertenecen a los valles escalonados, son de origen volcánico y presentan una textura franco-arenosa, medianamente profundo, presentando problemas de erosión.

Los suelos ubicados entre los 3000 a 3500 m.s.n.m, pertenecen suelo negro andino, color predominantemente negruzco, con una textura que va de arenosa a franco-arenosa.

b. Cantón Riobamba

Según el análisis de suelos realizado por el INIAP (2010), los suelos son de textura arenosa con presencia de piroclásticos de diferentes diámetros, se desarrollan a partir de materiales volcánicos compuestos por depósitos de ceniza dura cementada o cancahua que hoy se encuentra erosionado por el agua y el viento.

c. Cantón Penipe

Según el INIAP (2010), los principales suelos que se distinguen en el cantón Penipe son: suelos sobre proyecciones volcánicas (arenosos, francos, alofánicos) y suelos minerales (afloramientos rocosos o nevados). Geológicamente en la parroquia La Candelaria su suelo corresponde a una capa gruesa de tierra negra cargada de humus generosa y productiva, donde se cultiva principalmente el maíz y las papas.

6. Materiales y equipos**a. Materiales**

Hojas papel bond, lápiz, esferográficos, libreta de apuntes, CDs, borrador, pilas, tinta de impresora, minas.

b. Equipos

Computadora, impresora, cámara digital, memory stick 1GB, GPS.

B. METODOLOGÍA

El presente trabajo combina los métodos de investigación bibliográfica y de campo, que en base al análisis crítico y comparativo, contribuyeron al cumplimiento de los objetivos de la siguiente manera:

1. Caracterización de los sistemas de producción agropecuarios de las zonas de intervención del MAGAP, cantones Colta, Riobamba y Penipe

Para el cumplimiento de este objetivo se aplicaron técnicas participativas mediante talleres y se revisaron fuentes bibliográficas secundarias referentes a los aspectos agropecuarios en las zonas de intervención del MAGAP. La información obtenida fue sistematizada en una ficha técnica (Anexo 1) propuesta por Varela (2012) y modificada para la presente investigación. Cada ficha cuenta con los siguientes componentes:

- Características generales de los sistemas de producción agrícola, pecuario y piscícola: (localización, variedades, datos históricos relevantes y valor nutricional)
- Características específicas: (formas del sistema y descripción del proceso)
- Características culturales alrededor de los sistemas.

2. Evaluación del potencial turístico del territorio vinculado a los sistemas de producción agropecuario de las zonas de intervención del MAGAP, cantones Colta, Riobamba y Penipe

Para evaluar la potencialidad turística del territorio se analizó la realidad del mismo, vinculado a las zonas de intervención del MAGAP determinando su problemática. Al ser el presente estudio de carácter territorial, se consideró conveniente realizar un análisis a nivel del sistema turístico basado en los componentes: atracciones y actividades, infraestructura básica, planta turística, superestructura y demanda. A continuación se detallan los elementos de análisis de cada componente:

a. Análisis de la oferta

- **Atracciones y actividades:** en este componente se procedió a validar el inventario de recursos y atractivos turísticos de las zonas de estudio (cantones Colta, Riobamba y Penipe), para lo cual se tomaron como fuente de información los registros de inventarios realizados en estudios anteriores por la ESPOCH período (2010 -2014). La información secundaria fue validada a través de salidas de campo a los atractivos para corroborar su estado actual. Mediante la aplicación de la metodología de inventario de atractivos turísticos del MINTUR (2004), se procedió a evaluar los recursos y atractivos. En caso de encontrarse otros atractivos de relevancia que no constaron en el inventario se realizó el registro pertinente en base a la misma metodología para el registro de inventario y se utilizó la ficha de registro del MINTUR modificada por Tierra & Cajas (2008). Los resultados se presentan en tres matrices: evaluación, validación y resumen (Anexo 2).

- **Infraestructura turística:** el análisis de la infraestructura turística se realizó bajo los siguientes aspectos: infraestructura básica, seguridad, saneamiento, servicios básicos, vialidad y conectividad (Anexo 3).

- **Planta turística:** el análisis de la planta se realizó en base a fuentes de información secundaria existentes en los cantones de Colta, Riobamba y Penipe (catastro turístico) vinculados a los lugares de intervención del MAGAP. La información corresponde a: alojamiento, alimentación, operación, recreación, turismo comunitario y transporte (Anexo 4).

- **Superestructura:** se determinaron los organismos responsables de la organización y buen funcionamiento del sistema turístico, así como el marco legal nacional y local que incide directa e indirectamente en el desarrollo de la actividad turística y agropecuaria. La información se sistematizó en una matriz de involucrados (Anexo 5).

b. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda se realizó en base al estudio “Diseño de circuitos agroturísticos en las zonas de intervención del MAGAP, comunidad San Martín Alto, parroquia Columbe, cantón Colta y parroquia La Candelaria, cantón Penipe provincia de Chimborazo”, elaborado por Zúñiga (2013) donde indica la existencia de un solo segmento de mercado real para el consumo de productos de agroturismo, dividido en tres estratos:

- Demanda local: corresponde a los excursionistas de la provincia de Chimborazo.
- Turistas nacionales que provienen de la ciudad de Quito y
- Turistas nacionales que provienen de la ciudad de Guayaquil.

En este estudio el análisis de la demanda local corresponde a un universo de 155918 pobladores de la provincia de Chimborazo, de la ciudad de Guayaquil 799311, y de la ciudad de Quito 761324 pobladores, según el censo de población del 2010 (INEC, 2010).

El tamaño de la muestra se calculó empleando la fórmula de Spiegel (1975), se trabajó con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%.

c. Confrontación oferta - demanda

Para el cálculo de la demanda potencial se utilizó la fórmula del incremento compuesto $C_n = C_o (1+i)^n$, teniendo en cuenta el Índice de Crecimiento Anual (ICA) de los turistas que arriban a la provincia según MINTUR (2014), proyectada a 5 años.

2. Diseño técnico de la ruta de agroturismo de las zonas de intervención del MAGAP, cantones Colta, Riobamba y Penipe

El diseño técnico de la ruta consideró cinco componentes: estructura técnica de la ruta, planteamiento de estrategias de mercadeo, estudio legal administrativo, evaluación ambiental y sociocultural, estudio económico y evaluación financiera.

a. Estructura técnica de la ruta

El diseño de la ruta de agroturismo para los cantones Colta, Riobamba y Penipe considera dos escenarios, el primero respecto a la oferta actual de productos turísticos en la provincia; y el segundo, analiza el potencial de desarrollo del turismo sostenible que proyecta la misma.

Para el primer escenario se utilizó el siguiente procedimiento:

Revisión y análisis del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020- PLANDETUR 2020, para recuperar la misión, visión, políticas, objetivos y estrategias del desarrollo turístico en el país y la región. Recopilación de información secundaria del turismo en la provincia de Chimborazo, a partir de lo cual se identificó, caracterizó y articuló la oferta existente en el territorio, considerando a la par los gustos y preferencias de la demanda.

En el segundo escenario, se aplicó la metodología técnica del diseño de la ruta de potencialización del turismo sostenible en la Región Amazónica Ecuatoriana" (2008) que contempla los siguientes componentes:

- **Mapa de identificación de la ruta:** se elaboró un mapa georeferenciado de la ruta identificada, que articula los puntos de interés de la visita en correspondencia a la presencia de productos turísticos existentes o potenciales.

- **Objetivo de la ruta:** se especificó el objetivo a largo plazo que se persigue alcanzar con la estructuración de la ruta.
- **Concepto de la ruta:** se determinó el fundamento de especialización, tomado en cuenta el diseño de la ruta y las modalidades de turismo que se incluyen en la operación de la misma, enfatizando el potencial agropecuario de la ruta.
- **Demanda potencial:** se definió el segmento de demanda potencial a la cual está enfocada la operación de la ruta.
- **Potencialidad turística:** se identificaron los atractivos turísticos de mayor importancia incluidos en la ruta y articulados entre sí para poner en valor turístico el territorio.
- **Planta turística disponible:** se analizó los establecimientos privados o comunitarios que facilitarían los servicios de hospedaje, alimentación y recreación a lo largo de la ruta.
- **Infraestructura social básica disponible:** se identificó la existencia de servicios básicos (agua, energía, accesibilidad, salubridad, comunicación, entre otros), en los sitios de visita y zonas cercanas a la prestación de servicios.
- **Actividades turísticas principales y complementarias:** se definieron las actividades turísticas principales y complementarias que pueden realizarse en la ruta.
- **Localidades receptoras:** se identificaron centros poblados (centros de distribución y abastecimiento) de los cuales realizaría la operación de la ruta.
- **Paquetes turísticos:** una vez integrados los servicios, actividades y atractivos en la ruta, se procedió a la elaboración de paquetes turísticos a través de los cuales será ofertada la ruta para su comercialización.

- **Gestión de la ruta:** se identificaron los actores involucrados (instituciones públicas, privadas, comunitarias) en el manejo, operación de la ruta y/o administración de la ruta.

- **Requerimientos de la ruta:** se identificaron los aspectos o elementos necesarios para la operación de la ruta.

Con el diseño técnico preliminar de las rutas se realizaron talleres de socialización y consulta con la presencia de los actores de los sectores público, privado y comunitario, con la intención de recoger aportes y recomendaciones.

b. Elaboración de estrategia de comercialización

Se propusieron estrategias de comercialización basadas en los componentes del Marketing Mix (plaza, producto, precio, promoción) para su posterior aplicación, tomando en cuenta las exigencias, los valores diferenciales, los canales de comercialización y la posibilidad de posicionamiento de la ruta de agroturismo en el mercado.

c. Elaboración del estudio legal y administrativo del producto

Partiendo de las condiciones expuestas en la Constitución de la República del Ecuador, Ley de Turismo (2008), Reglamento General de las Actividades Turísticas del MINTUR (2008) para la operación del turismo, se determinó la estructura legal, administrativa y operativa a la cual se deberían sujetar en forma específica actores que se motiven por operar la ruta agroturística.

d. Evaluación ambiental y sociocultural

Para medir el impacto ambiental se aplicó la matriz de evaluación de Lázaro Lagos donde se identificaron las causas y efectos de la actividad turística con la finalidad de evaluar los impactos de tipo biológico, socio cultural, económico y otros para plantear medidas de mitigación de impactos.

e. Determinación de la viabilidad económica

Se determinaron las inversiones requeridas para el funcionamiento de la ruta de conformidad con el planteamiento establecido en el estudio legal para la operación. Para determinar la viabilidad económica se trabajó en el análisis de:

- Activos fijos, diferidos y capital de trabajo
- Fuentes de financiamiento y uso de fondos
- Cálculo de depreciaciones y amortizaciones
- Presupuesto de costos y gastos
- Costo e ingresos
- Estado de resultado
- Flujo de caja

f. Análisis financiero

Se realizó el análisis financiero para medir la capacidad que tiene la ruta para generar un flujo de caja que le permita cubrir la inversión, por ello se calculó el Valor Actual Neto (VAN) a través de un análisis del flujo de fondos.

Para verificar la rentabilidad del capital se calculó la Tasa Interna de Retorno (TIR) y la relación costo – beneficio, obteniendo así valores que determinen si el producto está en la capacidad de producir o no ganancias.

3. Evaluación de la ruta de agroturismo diseñada para las zonas de intervención del MAGAP, cantones Colta, Riobamba y Penipe

Una vez estructurado técnicamente el producto, se procedió a la evaluación de la ruta de agroturismo, para lo cual se estableció una metodología híbrida, que consideró aspectos relevantes en base a los siguientes autores: Varela (2012), Copo (2010), Cajas (2009), Fierro (2009) & otros. La metodología de evaluación diseñada consideró dos condiciones de evaluación: la primera relacionada con los sistemas de producción agropecuarios y la segunda con los componentes del sistema turístico.

VII. RESULTADOS

A. CARACTERIZACIÓN DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIOS DE LAS ZONAS DE INTERVENCIÓN DEL MAGAP CANTONES COLTA, RIOBAMBA Y PENIPE

1. Sistemas de producción agropecuaria del cantón Colta

a. Características generales de la producción agropecuaria

Cuadro N° 02. Caracterización de las zonas de intervención del MAGAP en el cantón Colta

	CARACTERIZACIÓN DE LA ZONA			
PARROQUIAS	COORDENADAS UTM	ALTURA	TEMPERATURA	EXTENSIÓN
Cañi	X: 729382 Y: 9801841	3000 a 3400 m.s.n.m	10 - 14°C	61.60 Km ²
Juan de Velasco	X: 737684 Y: 9794058	3000 a 3200 m.s.n.m	10 - 12°C	260.60 Km ²
Columbe	X: 718581 Y: 9793850	2850 a 4300 m.s.n.m	10 - 12 °C	223.00 Km ²
Villa la Unión	X: 745260 Y: 9811908	2850 a 4100 m.s.n.m	11 - 13 ° C	200.13 Km ²
Santiago de Quito	X: 752760 Y: 9804540	2850 a 3.500 m.s.n.m	10 - 12 °C	55.40 Km ²

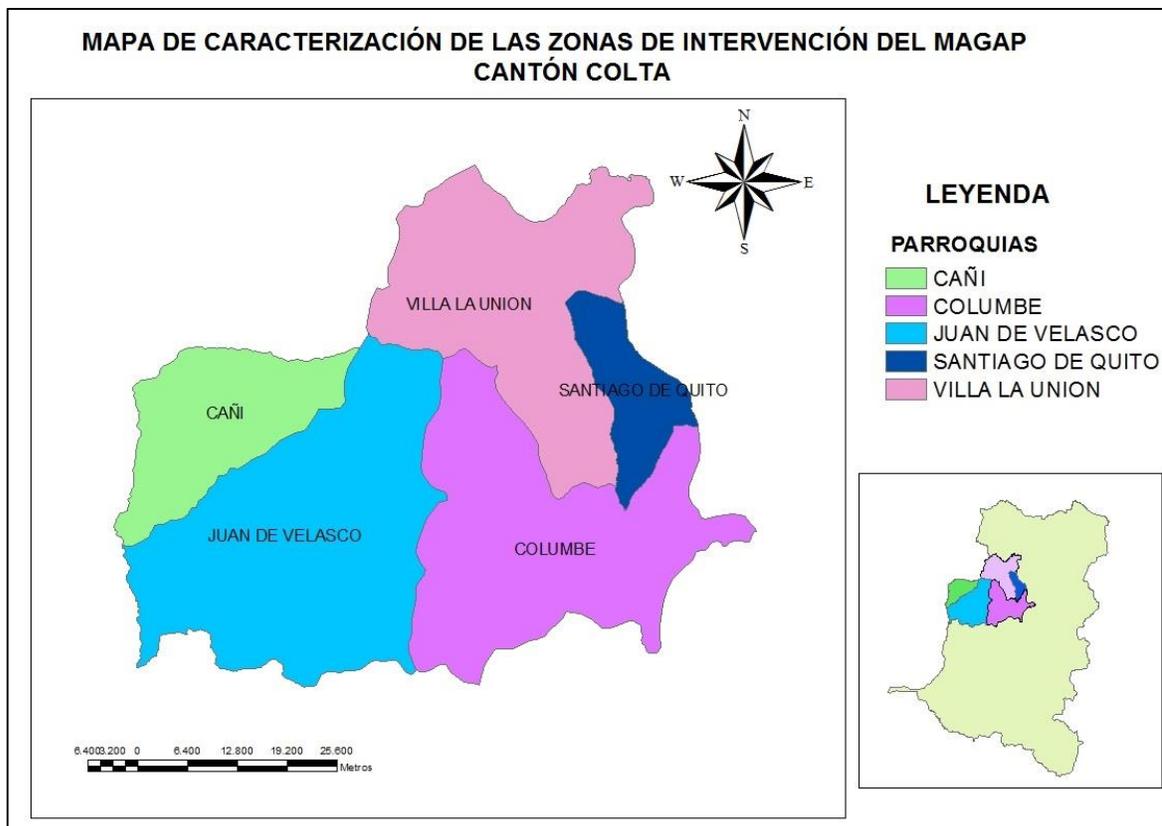


Gráfico N° 03. Mapa de distribución de las zonas de intervención del MAGAP cantón Colta

El cantón Colta posee un clima entre los 10 y 13 °C, más factores como una buena fertilidad de sus suelos y sabiduría ancestral de los pobladores han conjugado para una buena producción agropecuaria dentro de sus 750 Km². Se destacan principalmente los cereales como: la cebada, el maíz suave, la quinua, avena, etc., riqueza que es aprovechada dentro de los sistemas de producción agrícola, pecuaria y piscícola. Toda la riqueza que posee el cantón con sus atractivos naturales y culturales puede ser aprovechada junto con los sistemas de producción agropecuaria como nueva alternativa de turismo, permitiendo dinamizar la economía local y el desarrollo rural. A continuación se caracterizan los productos agropecuarios para conocer sus propiedades nutritivas, su valor en la historia, el sistema de producción y valor cultural.

Cuadro N°03. Características generales de los productos agrícolas del cantón Colta

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS PRINCIPALES DEL CANTÓN COLTA			
Productos principales	Nombre científico	Valor nutricional	Reseña histórica
Maíz	<i>Zea mays L.</i>	Es rico en vitaminas del grupo B (B1 y B3 principalmente), Fósforo y Magnesio. Teniendo en cuenta muchos de los valores nutricionales del maíz, nos encontramos ante un alimento sano y saludable por naturaleza.	El origen de esta especie se establece por dos corrientes la primera encuentra su origen en Sur América, América Central y México. Los primeros cronistas señalan su presencia cuando llegaron los españoles a las costas ecuatorianas así como en la sierra lo hallan en abundancia, siendo el cultivo principal hasta mediados del siglo XVI, cuando va cediendo lugar a los cereales europeos. En muchas crónicas coloniales se hacen continuas referencias a la importancia y usos del maíz y casi todas coinciden en presentarlo como el ingrediente principal de la dieta indígena. La segunda tendencia cree que se desarrolló a partir de un maíz silvestre hoy desaparecido. (Varela, 2012)
Papas	<i>Solanum tuberosum</i>	Posee variedad de vitaminas, proveyendo cerca del 40% de la dosis diaria recomendada para la vitamina C. También contiene vitaminas del complejo B. Rica en	La papa, o patata, fue cultivada por primera vez entre los años 8000 y 5000 a. C. en una región que comprendería lo que hoy es el sur de Perú y el extremo noroeste de Bolivia. Los pueblos nativos de los Andes cultivaron muchas variedades de papas durante siglos. El calendario Cayambi

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS PRINCIPALES DEL CANTÓN COLTA

Productos principales	Nombre científico	Valor nutricional	Reseña histórica
		<p>algunos minerales, como el Potasio, una fuente de fenoles, compuestos que pueden tener un papel importante en la salud. Virtualmente libre de grasas, casi libre de azúcares solubles. Una toma diaria de 150 – 300 gr. de papa proporciona sólo del 4 – 8 % de las calorías requeridas por un adulto.</p>	<p>culminaba con el tiempo de recogida de este tubérculo. El cultivo de las diferentes clases de papa estaba tan altamente desarrollado, que los distintos tipos y sus propiedades diferían mucho de los de la planta original evolucionada naturalmente. Para estos pueblos la papa era el principal sustento disponible. En el actual Ecuador, las papas se cultivaban hasta una altitud de 4000 metros.</p>
Haba	<i>Vicia faba</i>	<p>El contenido nutricional del haba es alta en proteínas, grasas, carbohidratos, fibra cruda, Calcio, Fósforo, Hierro y vitamina B1.</p>	<p>El origen de esta especie es la zona de Asia Central y regiones del mediterráneo, llegó a América traída por los colonizadores. Es el primer producto almacenado, el rey Príamo tenía sacos de habas entre sus tesoros. Los griegos gustaban de comer las habas en sus vainas, aún verdes. Los romanos hacían pasteles de legumbres secas cuando había escasez de cereales. Y no solo ellos, en épocas de crisis se comía en Europa pan de legumbres.</p>

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS PRINCIPALES DEL CANTÓN COLTA

Productos principales	Nombre científico	Valor nutricional	Reseña histórica
Cebada	<i>Hordeum vulgare</i>	El contenido nutricional de la cebada es: alto en carbohidratos en un 65 a 70 %, proteína 10% y se complementa con fibra, grasa y humedad.	La cebada descende de la cebada silvestre, la cual crece en el Oriente Medio. Se supone que procede de dos centros de origen situados en el Sudeste de Asia y África septentrional, además fue una de las primeras plantas domesticadas al comienzo de la agricultura. Al Ecuador fue introducido por los españoles. En el Ecuador la superficie sembrada con cebada supera las 48 mil hectáreas distribuidas en todas las provincias de la sierra.
Quinoa	<i>Chenopodium quinoa</i>	La quinoa es un grano andino milenario con un altísimo valor nutricional ya que contiene la mayoría de los aminoácidos esenciales. Es rico en vitaminas, minerales, ácidos grasos esenciales y está libre de gluten. Su nivel de proteínas es mayor al trigo y el doble del arroz. Su valor proteico es equivalente al de la carne.	La historia de la quinoa tiene pocas evidencias arqueológicas, lingüísticas y etnográficas, pues no se conocen muchos ritos religiosos asociados al uso del grano. Las evidencias arqueológicas del norte chileno, señalan que la quinoa fue utilizada 3000 años antes de Cristo, mientras que hallazgos en la zona de Ayacucho indicarían que la domesticación de la quinoa ocurrió hace 5000 años antes de Cristo. Existen también hallazgos arqueológicos de quinoa en tumbas de Tarapacá, Calama, Arica y diferentes regiones del Perú, consistentes en semillas e inflorescencias,

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS PRINCIPALES DEL CANTÓN COLTA

Productos principales	Nombre científico	Valor nutricional	Reseña histórica
		<p>El grano de quinua contiene de 14 a 20 % de proteínas, grasa 5.7 a 11.3% y fibra 2.7 a 4.2%, lo cual es mayor al del trigo de 8.6 % de proteína, grasa 1.5 %, y fibra 1.99 %.</p>	<p>encontrándose abundante cantidad de semillas en sepulturas indígenas de los Tiltil y Quillagua.</p> <p>Según estudios realizados por el INIAP y la Fundación IDEA, la producción de quinua en el Ecuador está concentrada por orden de importancia en las provincias de Imbabura, Chimborazo, Cotopaxi, Pichincha, Carchi y Tungurahua. En la actualidad la quinua se cultiva desde el sur de Colombia hasta Chile, incluyendo la parte andina que corresponde a la República de Argentina.</p>
Cebolla roja o colorada	<i>Allium cepa</i>	<p>La composición de la cebolla colorada es de: lípidos, Azufre, Calcio, fibra, hidratos de Carbono, vitamina E, vitamina C, vitamina E6, ácido fólico, calorías, agua y Potasio en mayor cantidad.</p>	<p>La cebolla se originó en Persia, Paquistán, Asia Central y Occidental. Según algunos botánicos la cebolla ha sido utilizada desde la época de los egipcios considerado por ellos como un alimento popular encontrándose en tumbas y excavaciones desde la primera y segunda dinastía egipcia los que data del año 3.200 A.C. a 2780 A.C. En la emigración de los judíos a Egipto el alimento principal en su alimentación era la cebolla y el ajo. Los colonizadores americanos especialmente españoles y portugueses trajeron semillas de cebolla y ajo introduciéndolo en América. En el Ecuador se</p>

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS PRINCIPALES DEL CANTÓN COLTA

Productos principales	Nombre científico	Valor nutricional	Reseña histórica
			cultiva en climas frescos o templados principalmente en las provincias de Tungurahua y Chimborazo.
Melloco	<i>Ullucus tuberosus loz</i>	El promedio de contenido de proteína en el melloco es de 10%, es alto en carbohidrato con un 70%, y en menor porcentaje fibra cruda.	En San Andrés de Xunxi se enumera a los “ullocos” entre los sustentos que antiguamente tenían los Puruháes. Se producen “ollocos” en Alausí, especialmente en las veras de los ríos. La domesticación del melloco es muy antigua, es difícil establecer el área de origen, según la variación genética actual podría indicarse que la región de los andes Colombianos sería el centro de origen primario del melloco. Crónicas del siglo XIX indican que estos tubérculos se cultivaban abundantemente en Riobamba y Quito, también se encuentran referencias de áreas del Perú. El melloco en el Ecuador es el segundo tubérculo en importancia luego de la papa, y actualmente los principales centros de producción se encuentran en las provincias de: Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Cañar, en las restantes provincias el cultivo casi ha desaparecido (Varela, 2012).

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS PRINCIPALES DEL CANTÓN COLTA

Productos principales	Nombre científico	Valor nutricional	Reseña histórica
Trigo	<i>Triticum aestivum L.</i>	El trigo posee hidratos de Carbono en su mayoría, además de eso posee proteínas, ácidos grasos, Omega 3 y Omega 6, además de poseer gluten.	El trigo era originalmente silvestre. La evidencia muestra que creció primero en la Mesopotamia entre los valles de los ríos Tigris y Éufrates en el Medio Oriente casi hace 10.000 años. No hay datos que registren este cultivo en pueblos ancestrales del Ecuador. Sin embargo, en el siglo XVI con la colonización europea, los cultivos de trigo se extendieron por toda América y particularmente en Ecuador siendo el franciscano Fray Jodoco Rickie quien sembró trigo por primera vez en lo que ahora constituye plaza San Francisco de Quito. Las provincias trigueras del país son: Bolívar, Pichincha, Imbabura, Cotopaxi, Cañar y Chimborazo, en su orden. El país está en una constante dependencia de las importaciones de trigo que superan el 90% del producto, que se consume internamente, el cual es importado de Canadá y Estados Unidos, solo el 10% se produce en el país. El trigo es un producto de alto consumo en el país, pero poco cultivado. En 1960 el Ecuador tenía 100 mil hectáreas (has) sembradas. Hoy, la superficie es solo de 30 mil (has), pero el consumo bordea las 400.000 toneladas métricas anuales.

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS PRINCIPALES DEL CANTÓN COLTA

Productos principales	Nombre científico	Valor nutricional	Reseña histórica
Fréjol	<i>Phaseolus vulgaris</i> L.	La semilla de frejol es rica en fibras dietéticas y también presenta un alto contenido de Hierro, además que posee dos veces más proteínas que cereales como la avena y el trigo. Su composición del fréjol es de: lípidos, aminoácidos, minerales y vitaminas.	Es uno de los alimentos más antiguos que la humanidad conoce; ha formado parte importante de la dieta humana desde hace miles de años. Se encuentra entre las primeras plantas alimenticias domesticadas y luego cultivadas. El fréjol común empezó a cultivarse hace aproximadamente 7000 años A.C. en el sur de México y Guatemala. El inicio de su cultivo en el Ecuador puede remontarse a la Cultura “Valdivia” (3500 – 1900 a.C), en cuya cerámica se han hallado rastros de granos que pueden pertenecer a <i>Phaseolus</i> . En Cotocollao del Formativo Tardío de la Sierra (1500 – 500 A.C.), se consumió fréjol. En la cultural del Período de Desarrollo Regional (500 A.C. – 500 D.C.), tanto de la costa como de la sierra, el cultivo de (<i>Phaseolus vulgaris</i>) está plenamente establecido (Varela, 2012).

Cuadro N°04. Características generales de los productos pecuarios del cantón Colta

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS PECUARIOS PRINCIPALES DEL CANTÓN COLTA		
Productos principales	Valor nutricional	Reseña histórica
Bovinos	La carne de vacuno es muy interesante dentro de una dieta variada y equilibrada, ya que contribuye con su aporte de proteínas de alto valor biológico (20 gramos de proteínas por 100 gramos de producto), de minerales (Hierro hemo de fácil absorción, Yodo, Zinc, Selenio) y vitaminas del grupo B, especialmente B2 y B12.	Los primeros embarques de bovinos hacia América se realizan a partir de segundo viaje de Cristóbal Colón en Cádiz, el 25 de septiembre de 1493. Los primeros ejemplares eran parjas de bovinos que tuvieron muchas adversidades para adaptarse a este nuevo ambiente. Los primeros ejemplares en llegar a sur América y en especial a Ecuador y Perú, fue un año después de la muerte Atahualpa, según el cronista Dr. Moreno en 1534, principalmente se introdujeron vacas y caballos.
Porcinos	La carne de cerdo es una fuente de proteína esencial, porque tiene un alto contenido de aminoácidos esenciales. Los lípidos, presentes en el tejido muscular, en proporción no mayor de 3-5%, proporcionan características de jugosidad, ternura y buen sabor, además de ser indispensables en la fabricación de productos cárnicos porque aportan palatabilidad y textura. El porcentaje	La domesticación del cerdo tuvo origen en China, hace 4.900 años, antes de nuestra era. Es uno de los primeros animales utilizados por el ser humano, algunos pueblos consumían la carne pero otros la consideraban indeseable. En Europa la domesticación del cerdo se dio alrededor de 1.500 años antes de Cristo, después de la edad media, los cerdos en esta época se dividieron en 3 grandes grupos: cerdos asiáticos, cerdos nórdicos y cerdos mediterráneos.

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS PECUARIOS PRINCIPALES DEL CANTÓN COLTA

Productos principales	Valor nutricional	Reseña histórica
	de carbohidrato que es el 1% y está básicamente representado en glicolípidos.	Estos los cerdos ibéricos fueron llevados por Cristóbal Colón a Cuba, en 1492, donde se expandieron hacia Colombia, Venezuela, Perú y Ecuador.
Ovinos	<p>La carne de cordero es un alimento especialmente rico en proteínas de buena calidad, también denominadas como proteínas de alto valor biológico (es decir, que contiene la práctica totalidad de los aminoácidos esenciales que necesita nuestro organismo).</p> <p>Respecto a su contenido en grasas, 100 gramos de carne de cordero aportan 30 gramos de grasa, y 348 kilocalorías.</p> <p>En lo que se refiere a su contenido tanto en vitaminas como en minerales, es especialmente rico en vitaminas del grupo B (sobre todo vitamina B12 y B6), y minerales como el Hierro, Fósforo y Zinc.</p>	<p>El origen de la domesticación de la oveja se encuentra en Oriente próximo, en el denominado creciente fértil. Las pruebas arqueológicas señalan que la domesticación tuvo lugar en VII milenio a. C.</p> <p>Los ovinos fueron llevados por Cristóbal Colón a las Islas Canarias, en 1492, donde se expandieron hacia Colombia, Venezuela, Perú y Ecuador.</p>

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS PECUARIOS PRINCIPALES DEL CANTÓN COLTA

Productos principales	Valor nutricional	Reseña histórica
Cuyes	La carne de cuy posee un alto valor proteico, alto valor biológico, con elevado contenido de proteína y bajo contenido de grasas. Además posee minerales y ácidos grasos como el linóleo y linolenico esenciales para el ser humano.	<p>Los cuyes son originarios de Sudamérica, aparecieron en el Mioceno después de la formación de las cordilleras montañosas sudamericanas (hace 20 millones de años aproximadamente). Fue durante el Plioceno (hace 5 millones de años) cuando alcanzaron su mayor diversidad. Existían 11 géneros, los cuales se redujeron hace 1 millón de años a los actuales 5 géneros.</p> <p>El cuy es autóctono de los Andes, no lo habían visto nunca antes los primeros occidentales que llegaron a América. Los españoles lo llamaron “conejillo de Indias”, porque les recordó a sus conejos. Con voz propia le hemos llamado cuyo en el sur de México y Guatemala, curiel en Cuba, cuilo en Colombia y Costa Rica, cuya en El Salvador, cuy en Ecuador y Perú, cuye en el sur del Perú y Bolivia, cuis en Argentina y Chile. En la raíz común de esos vocablos está la onomatopeya con que imitamos el chillido de los cuyes, cui cui.</p>

Cuadro N°05. Características generales de los productos piscícolas del cantón Colta

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS PISCÍCOLAS PRINCIPALES DEL CANTÓN COLTA		
Productos principales	Valor nutricional	Reseña histórica
Trucha	<p>La trucha es un pescado semigraso, dado que aporta en torno a 3 gramos de grasa por 100 gramos de carne. Contiene proteínas de alto valor biológico, pero en cantidades inferiores a otros pescados, así como de vitaminas y minerales. Entre las vitaminas del grupo B, destacan la B3, la B1 y la B2. Su carne supone un aporte interesante de potasio y fósforo; y moderado de Sodio, Magnesio, Hierro y Zinc, comparado con el resto de pescados frescos. Por otro lado, el Fósforo está presente en los huesos y dientes. También interviene en el sistema nervioso y en la actividad muscular, y participa en procesos de obtención de energía. El Magnesio se relaciona con el funcionamiento del intestino, los nervios y los músculos, además de formar parte de huesos y dientes. Mejora la inmunidad y posee un suave efecto laxante.</p>	<p>La trucha (<i>Salmo trutta</i>) es originaria del río Sacramento en la Costa oeste de los Estados Unidos de América, pero ha sido introducida con éxito en las aguas de otros países, incluido el Ecuador. Según la FAO los inicios de la acuicultura en el Ecuador comenzaron en 1932 con la introducción de la trucha para la repoblación de ríos y lagos andinos. A principios de los años ochenta se practicó la piscicultura extensiva de agua fría en una superficie de aproximadamente 300 ha, señalando que en 1992, la producción de trucha arcoíris en el país fue de 1227 toneladas.</p>

b. Características específicas de la producción agropecuaria

A continuación se muestra la productividad agropecuaria del cantón Colta por parroquia, respecto a: tipo de producto, hectáreas de producción, épocas de siembra y cosecha, unidad de medida, el rendimiento por hectárea, número total de animales, enfermedades principales y destino de la producción. La producción de leche como producto, es el único derivado que se obtiene y que se encuentra monitoreado por el MAGAP.

Cuadro N°06. Producción agrícola del cantón Colta

PRODUCCIÓN AGRÍCOLA DEL CANTÓN COLTA										
PARROQUIA	Cultivo	Has. De producción	Época de siembra	Época de cosecha	Unidad de medida	Rendimiento por Has.	Enfermedades principales	% Semilla	% Autoconsumo	% Mercado
CAÑI	Maíz	1500	Noviembre/Abril	Junio/Diciembre	QQ	60	Manchas foliares	10	10	80
	Papas	250	Febrero/Agosto	Agosto/Febrero	QQ	180	Lancha, alternaria, erwinia	10	10	80
	Fréjol	320	Diciembre/Abril	Agosto/Diciembre	QQ	30	Roya, antracnosis marchitez	10	10	80
	Trigo	120	Febrero/Abril	Julio/Octubre	QQ	12	Roya	10	10	80
COLUMBE	Cebada	867	Octubre/Diciembre	Julio/Agosto	QQ	18	Roya amarilla	12	31	57
	Quinoa	356	Agosto/Diciembre	Agosto/Septiembre	QQ	21	Mildiu	20	25	55

PRODUCCIÓN AGRÍCOLA DEL CANTÓN COLTA

PARROQUIA	Cultivo	Has. De producción	Época de siembra	Época de cosecha	Unidad de medida	Rendimiento por Has.	Enfermedades principales	% Semilla	% Autoconsumo	% Mercado
	Papa	700	Octubre	Abril	QQ	95	Alternaria solani- Erwinia	12	43	45
	Haba	384	Octubre	Julio/Agosto	QQ	37	Fusarium, Mancha chocolate	11	51	38
SANTIAGO DE QUITO	Cebada	1041	Octubre/Diciembre	Mayo/ Julio	Kg	843558	Marchitamiento, roya, enanismo	5	5	90
	Haba	399	Noviembre/Diciembre	Julio /Agosto	Kg	179460	Mancha chocolate, roya	25	75	0
	Quinoa	288	Octubre/Diciembre	Junio/Agosto	Kg	115244	Alternaria	5	5	90
	Papa	203	Noviembre/Diciembre	Mayo /Junio	Kg	182277	Tizón Tardío	50	50	
JUAN DE VELASCO	Papa	570	Abril/Mayo/Junio	Diciembre/ Ener	QQ	250	Lancha, alternaria, erwinia	10	10	80
	Frejol	500	Marzo/Abril	Agosto/Septiembre	QQ	15	Fusarium, marchitez, antracnosis	15	5	80
	Haba	250	Enero/Febrero	Septiembre /Octub	QQ	25	Mancha Chocolate, fusarium	10	10	80
	Meloco	160	Marzo/Abril	Noviembre/Diciembre	QQ	250	Lancha, alternaria	5	10	85

PRODUCCIÓN AGRÍCOLA DEL CANTÓN COLTA										
PARROQUIA	Cultivo	Has. De producción	Época de siembra	Época de cosecha	Unidad de medida	Rendimiento por Has.	Enfermedades principales	% Semilla	% Autoconsumo	% Mercado
	Maíz	100	Septiembre/ Diciembre	Marzo/ Agosto	QQ	20	Carbón	10	10	80
VILLA LA UNIÓN	Brócoli	70	Todo el año	Todo el año	Kg	9000	Fussarium	0	0	100
	Zanahoria	15	Todo el año	Todo el año	Kg	12000	Alternaría	0	0	100
	Papa	300	Agosto/ Noviembre	Febrero/ Mayo	Kg	6000	Phytophthora, erwinia, saran	20	40	40
	Cebada	350	Octubre/ Diciembre	Mayo/ Agosto	Kg	600	Alternaria, roya	20	70	10
	Quinoa	80	Octubre/ Diciembre	Junio/ Agosto	Kg	500	Phytophthora, Oidium	20	20	60
	Cebolla Roja	58	Todo el año	Todo el año	Kg	5800	Alternaria, esclerotini, botrytis	15	5	80

El cantón Colta posee alrededor 9000 hectáreas cultivadas, los productos agrícolas principales son los cereales ya que el 70% del territorio se encuentra cultivado, la producción representativa gira en torno a la cebada, quinua, trigo, avena y maíz suave. La época de siembra es la lluviosa que va ente los meses de septiembre y octubre, la época de cosecha es la seca que va entre de los meses de julio y agosto, este tipo de producción es menor a un año. El rendimiento por hectárea fue alrededor de 130000 quintales. Entre las enfermedades principales de los productos agrícolas están la roya y lancha. El 13% de la producción total está destinada para semilla,

el 21% para el consumo de los pobladores y el 65% es comercializada en los mercados locales del cantón y en la ciudad de Riobamba principalmente.

Cuadro N°07. Producción pecuaria del cantón Colta

PRODUCCIÓN PECUARIA DEL CANTÓN COLTA						
PRODUCTO	PARROQUIAS / NUMERO TOTAL DE ANIMALES					Enfermedades Principales
	CAÑI	COLUMBE	SANTIAGO DE QUITO	JUAN DE VELASCO	VILLA LA UNIÓN	
Bovinos	1250	14337	3685	6039	5786	Carbunco, Parasitosis
Porcinos	560	5660	2536	1144	3030	Parasitosis
Ovinos	370	7069	2246	3840	1187	Miasis, Gusanero
Cuyes	-	51398	-	-	48700	Salmonelosis

En el cantón Colta existe alrededor de 150000 ejemplares de ganado menor y mayor, la más alta producción es la crianza de cuyes con alrededor de 100000 ejemplares, la enfermedad principal que afecta a estas especies es la parasitosis para el ganado mayor y para el menor la salmonelosis.

Cuadro N°08. Producción de leche del catón Colta

PRODUCCIÓN DE LECHE DEL CANTÓN COLTA							
PARROQUIA	No. Vacas	Producción litros de leche/Vaca/ Día	% Autoconsumo	% Comerciante	% Industria Propia	% Industria	Industrias Compradoras
CAÑI	500	4	90	2	8		No existe.
COLUMBE	6253	5	40	38,5	21	0,5	Nutrileche
SANTIAGO DE QUITO	-	-	-	-	-	-	-
JUAN DE VELASCO	3098	5	80	15	5	0	No existe
VILLA LA UNIÓN	2068	5	52	0	0	48	Queseras COCIHC y Cebollares

La producción de leche es alta, se producen alrededor de 59000 litros diarios en todo el cantón. En las parroquias de Columbe y Villa la Unión existe ya un mercado consolidado de compradores industriales muy importantes como Nutrileche y COCIHC. En la parroquia Santiago de Quito no se registra aun producción de leche, debido que el ganado no se encuentra óptimo para su producción. El 65,5% de la producción es destinada para el consumo de los pobladores, el 10% es comercializado dentro de las mismas localidades, el 24,5% es destinada para la industria.

Cuadro N°09. Producción piscícola del catón Colta

PRODUCCIÓN PISCÍCOLA DEL CANTÓN COLTA				
PARROQUIA	Metros cuadrados de Producción	Especie	Cuenca Hídrica	Caudal Lts/s
CAÑI	No Existe	No existe	No existe	No existe
COLUMBE	40	Trucha	Rio Ñutu Ugsha	10
SANTIAGO DE QUITO	No existe	No existe	No existe	No existe
JUAN DE VELASCO	40	Trucha	Río Ris	-
VILLA LA UNIÓN	90	Trucha	Culluctus	-

El producto acuícola principal es la trucha, existe muy poca producción debido a que es un emprendimiento que apenas se está incorporando al cantón.

c. Características culturales de la producción agropecuaria

Las especies agrícolas y pecuarias como el maíz, papa, haba, cebada, quinua, cebolla roja, melloco, trigo, fréjol, ganado bovino, porcino, ovinos y cuyes que poseen los cantones Colta, Riobamba y Penipe a más de generar recursos económicos, forman parte de la dieta de las poblaciones locales por su alto contenido nutritivo, a esto se suma el valor de patrimonio ancestral como modelo de producción agropecuaria, que en su conjunto puede ser aprovechado por el turismo. A continuación se muestra la importancia cultural que se posee cada uno de estos productos:

Ficha N° 01: Maíz

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 001	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Nombre vulgar: Maíz	
1.6 Nombre científico: <i>Zea mays L.</i>	
2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Colta	Juan de Velasco, Cañi
Riobamba	Flores, Cacha, San Luis, Punín, Quimiag, Licto, San Juan, Pungalá, Calpi
Penipe	Matus, La Candelaria, Bayushig, La Matriz, Puela, Bilbao, El Altar
3. CARACTERÍSTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
<u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u>	
3.1.1 Sabiduría ecológica: todo el proceso de cultivo se fija en las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras.	

3.1.2 Usos medicinales: de acuerdo con los cronistas e investigadores, el maíz también fue utilizado como medicina. Se usaba el zumo de las hojas verdes para curar heridas, el cocimiento del grano o de los estigmas de la mazorca (pelos) se utilizaban para aumentar la diuresis y para la regulación del flujo menstrual; se usaba cataplasmas de grano pulverizado como anti inflamatorio. Existía también la costumbre de beber colada de morocho cocido «cauca», para incrementar la producción de leche en las madres lactantes. El pelo del choclo se sigue usando en la actualidad para hacer infusiones diuréticas para los riñones.

3.1.3 Gastronomía: el maíz desde mucho tiempo atrás hasta la actualidad se ha utilizado en estado tierno -choclo- o maduro. El maíz tierno se consumía cocinado, se asaba al fuego o se freía en grasa de origen animal. Al grano entre tierno y maduro se lo denominaba "cau", con él se hacía una masa que contenía sal, condimentos y era envuelta en la hoja de la mazorca; esta preparación se conoce como choclo tanda o humita en casi todo el país (Varela, 2012).

3.1.4 Artesanías: las hojas de maíz, la mazorca y los granos son utilizados en la actualidad para la elaboración de artesanías como recuerdos de la visita a la provincia en: postales, cuadros decorativos, centros de mesa, pesebres, etc.

3.2 Tradiciones y expresiones orales

3.2.1 Cuentos: no se registra.

3.2.2 Leyendas: no se registra.

3.2.3 Historia local: se menciona que los Incas utilizaban al maíz para solicitar favores a sus dioses, reverenciaban a la Mama Pacha derramando chicha y maíz molido en la época de las siembras. Las plantas y especialmente las mazorcas eran objetos familiares de adoración y se las llamaba "zaramamas" o madres del maíz. En todas las comunidades indígenas del Ecuador el maíz fue un elemento ritual importante.

3.2.4 Mitos: las mujeres en periodo de menstruación no deben entrar a las chacras por que las plantas se tornan amarillentas y no producen bien (Valera, 2012).

3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

3.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: el consumo de la chicha está articulado fuertemente a la vida de los pueblos indígenas, está presente como bebida ceremonial en los rituales comunitarios como: el nacimiento, el corte de pelo, la iniciación, la muerte y actividades agrarias, así también como estimulante se ha consumido en el trabajo y las mingas para dar fortaleza y fomentar la integración grupal.

3.3.2 Fiestas: se consume en la celebración de los raymis y en las festividades locales, fiestas religiosas, matrimonios, patronos y otros.

3.3.3 Cánticos: cuenta Asitinbay Villa Andrea, de 71 años de edad, que en los matrimonios se realizaba el siguiente canto:

“Cambag jora asuita ta brinday ari,
cambjag wira yaquito ta brinday hari
ñuca machamcapag ñuca cantangapag”
Bríndame la chicha de jora que hiciste,
Bríndame la chicha de caña que hiciste,
Yo para tomar, yo para chumar.

3.3.4 Ritos: como objeto ritual, el maíz tenía una categoría especial pues se creía que había sido donado por una entidad superior. Al iniciar la siembra piden a Dios por la producción, se reza en la cosecha y en la siembra (Varela, 2012). Además de esto a la mazorca se la deja reposar colgada de hilos de cabuya en la esquina de la casa para que exista mayor productividad en la siembra.

Ficha N° 02: Papa

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 002	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Nombre vulgar: Papa	
1.6 Nombre científico: <i>Solanum tuberosum</i>	
2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Colta	Juan de Velasco, Cañi, Columbe, Santiago de Quito, Villa la Unión
Riobamba	Flores, Cacha, San Luis, Punín, Quimiag, Licto, San Juan, Pungalá, Calpi
Penipe	Matus, La Candelaria, Bayushig, La Matriz, Puela, Bilbao, El Altar
3. CARACTERÍSTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
<u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u>	
<p>3.1.1 Sabiduría ecológica: los procesos de producción incluyen observar las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras.</p>	
<p>3.1.2 Usos medicinales: se utiliza la papa para curar la gastritis se la raspa cruda y el zumo se toma en las mañanas, también se la utiliza como emplasto para aliviar las quemaduras en la piel. "La papa puña molida en piedra servía para curar el mal de ojos (lagañas), y también para los golpes" "el zumo de la papa en un paño blanco se colocaba para la fiebre, se lavaba la cáscara de la papa, se cocinaba y esa agua se dejaba en un recipiente para tomar el siguiente día, esto se practica por nueve mañanas. "Para el dolor, la papa asada se pone en un toalla para aplicarse en la cabeza y la garganta."</p>	

3.1.3 Gastronomía: los platos cotidianos son papas cocinadas, el locro y todo tipo de sopas. Entre los platos festivos se encuentran: llapingachos, papas con cuy, papas con cuero, papas con achiote. Cada plato varía de acuerdo al lugar en donde es preparado. La gastronomía ritual depende del contexto festivo que envuelve al plato el común denominador muestra a las papas con cuy como el plato fundamental de las fiestas de los pueblos (Varela, 2012).

3.2 Tradiciones y expresiones orales

3.2.1 Cuentos: no se registra.

3.2.2 Leyendas: no se registra.

3.2.3 Mitos: se piensa que las mujeres que se encuentren en su período menstrual no pueden ingresar en la chacra (Varela, 2012).

3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

3.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras.

3.3.2 Fiestas: en la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones se preparan platos en torno a este producto, acompañado de cuy, siendo la papa indispensable.

3.3.3 Ritos: prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras, el rezar a Dios o hacer misas para una buena producción es una forma de agradecer por los productos a recibir (Varela, 2012). Además de esto para el florecimiento de la papa es necesario, que a la planta se le incorpore un poco de ceniza de las cocinas a leña, para que los brotes de las flores no se los coma la polilla.

Ficha N° 03: Haba

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 003	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Nombre vulgar: Haba	
1.6 Nombre científico: <i>Vicia faba</i>	
2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Colta	Juan de Velasco, Cañi, Columbe, Santiago de Quito,
Riobamba	Flores, Cacha, San Luis, Punín, Quimiag, Licto, San Juan, Pungalá, Calpi
Penipe	Matus, La Candelaria, Bayushig, La Matriz, El Altar
3. CARACTERÍSTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
<u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u>	
3.1.1 Sabiduría ecológica: los procesos de producción incluyen observar las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras.	
3.1.2 Usos medicinales: el consumo de las semillas de haba tienen un fuerte efecto afrodisíaco, por lo cual se recomienda la ingesta a las personas que carecen o sienten una falta del apetito sexual.	
➤ Las hojas del haba se pone en la cabeza para el dolor.	
➤ En infusión las flores de las habas con miel de abeja, esto sirve para la fiebre interna.	

- Las hojas del haba con hojas de unas malezas de las chacras llamadas ashpa malla (*Lupinus pubescens*) y hojas de pilig (*Stachytarpheta jamaicensis*), se hace infusión para la gripe.
- Las hojas de las habas se utiliza para los golpes.
- Con las hojas de las habas y flores de la arveja se hace una infusión en agua para la fiebre.
- La hoja fresca del haba sirve para el dolor de la cintura colocando como emplasto.
- Se cocina las hojas del haba y se toma el agua para el dolor del estómago.
- Se pone las hojas asadas en las heridas para que cicatrice.
- El consumo de las semillas de esta planta, ayudan a reducir y eliminar la grasa presente en las arterias. Debido a lo anterior se aconseja el consumo de estas semillas a las personas que tienen niveles altos de colesterol en la sangre.

3.1.3 Gastronomía: las habas se las preparan de diversas formas como: Cariucho, mezcla de mellocos con habas, ocas que se sirve con ají, queso y sal, además de esto se prepara habas mütulo que son habas secas y cocinadas, sopa de locro, ensaladas, tostadas, fritas, sopas, en harinas mezclada con lenteja para coladas de sal (Varela, 2012).

3.2 Tradiciones y expresiones orales

3.2.1 Cuentos: no se registra.

3.2.2 Leyendas: “Las habas mágicas”

A las doce de la noche del día de la Santa Cruz, extraes un cráneo del cementerio, lo siembras en el patio de tu casa con un haba en cada cuenca de sus ojos, tienes que regarla todas las noches a las doce de la noche. Si logras cultivar las habas tendrás todo lo deseado, claro que esto no será tan sencillo ya que cuando pretendas regar la planta miraras todo tipo de seres infernales, en caso de que logres cultivar las habas, con solo depositar una de ellas debajo de tu lengua y pronunciar las palabras: Por medio de la magia negra y el poder de Luzbel deseo.... Aquí externaras lo que deseas.

Es necesario aclararles que ya un conocido lo intentó y logro cultivar las añoradas habas y por extraño que parezca, de la noche a la mañana se volvió inmensamente rico, las mujeres no le faltaban, pero murió a los dos años en un accidente, su cuerpo quedo totalmente calcinado, en la cuenca de los ojos se encontraban dos habas intactas, la

restantes permanecen aún en su escritorio de caoba y, si es su deseo, con gusto se las puedo obsequiar.

3.2.3 Mitos: “Cuando la floración va desde los pies de la mata, la planta va a dar buena cosecha” o cuando una mujer está en periodo de menstruación no puede dentar a la chacra porque se la planta se seca o se hace amarilla (Varela, 2012).

3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

3.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: su naturaleza colectiva a través de prácticas comunitarias de ayuda mutua y/o de trabajo grupal, prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras.

3.3.2 Fiestas: en la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, fiestas del santo patronos, se preparan platos con este producto. “En las fiestas de matrimonio se coloca varios alimentos incluido el haba haciendo un huerto para los novios”.

3.3.3 Cánticos: “tía pitito ñami ucapish sisacun ñami jabas pish baynapi tiacu tia pitito mana yaricayguan chu purisum mana yacuyayguan chu purishun tia pitito, ñamari chugllu pish agcha wiñacun, ñamari jabas pish pallana tucucun, ucapish ñamari sisa wiñacun, ñamari uca pallashun, ñamari chukllo pallashun, mana yaricayguan purishumchu tia pitito.”

Traducido al español de la siguiente forma:

“Tía pitito, ya está floreciendo la oca, ya está en vainas las habas, tia pitito, no vamos a andar con hambre, no vamos a andar con sed, tía pitito, ya está naciendo el pelo del choclo, ya está de junte las habas, ya está creciendo la flor de la oca, ya hemos de cavar las ocas, ya hemos de juntar los choclos, no hemos de andar con hambre, tía pitito”.

3.3.4 Ritos: prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras, el rezar a Dios para una buena producción es una forma agradecer por los productos a recibir (Varela, 2012).

Ficha N° 04: Cebada

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. DATOS GENERALES DE REGISTRO	
1.1 Ficha N°: 004	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Nombre vulgar: Cebada	
1.6 Nombre científico: <i>Hordeum vulgare</i>	
2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Colta	Juan de Velasco, Cañi, Columbe, Santiago de Quito,
Riobamba	Flores, Cacha, San Luis, Punín, Quimiag, Licto, San Juan, Pungalá, Calpi
Penipe	Matus, La Candelaria, Bayusihg, El Altar
3. CARACTERÍSTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
<u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u>	
<p>3.1.1 Sabiduría ecológica: los procesos ancestrales de siembra incluyen el observar las etapas de la luna, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras así como indicadores de los ciclos del cultivo: florecimiento, engrosamiento, coloración, entre otras.</p> <p>3.1.2 Usos medicinales: además de ser nutritiva la cebada tiene propiedades antiespasmódicas, algo astringente, digestiva y antifebril, se utiliza para el tratamiento de tos, digestiones pesadas, deficiencias en la secreción de jugos digestivos, irritaciones digestivas y enfermedades febriles. Combate el estreñimiento en general por su contenido en fibra, especialmente si se utiliza el grano entero. La horchata de cebada, que contiene almidón, resulta útil en el tratamiento de hidratación de personas con</p>	

vómitos y diarreas. Se usa para mejorar de retención de líquidos, ya que la cebada, al mismo tiempo que es refrescante hace orinar. Uso externo: Se utiliza la harina de cebada para mezclarla con otras hierbas para la preparación del cataplasma para aliviar la hinchazón causada por golpes.

3.1.3 Gastronomía: la gastronomía relacionada con la cebada es bastante amplia, pues este producto forma parte de alimentación diaria de las comunidades: en cuanto a la gastronomía cotidiana se encuentra: máchica, maqui machica, chapo, colada de máchica con carne de borrego, colada de máchica con cuy, colada de sal y de dulce máchica con guineo, máchica con capulí, máchica con papas, máchica con aceite y azúcar, arroz de cebada y pinol (Varela, 2012).

3.2 Tradiciones y expresiones orales

3.2.1 Cuentos: no se registra.

3.2.2 Leyendas: cuentan que en Palacio Real

“Una señora que era viuda y no tenía como cuidar a sus hijos, se ha conseguido de marido a un ratón quien le traía plata para la comida y la señora le daba de comer cebada, un día los hijos de la señora se dan cuenta del ratón y lo matan, por lo que la señora se enoja demasiado con los hijos y los manda fuera de la casa, ellos se van a la montaña se convierten en lobo, cóndor, y otros animales. Los hijos ahora animales, por no desamparar a su mamá le iban a dejar comida a la casa, pero la mamá se da cuenta y de lo enojada no les recibe la comida, entonces ellos se resienten y le dejan a la mamá que estaba con mucha hambre una lagartija muerta y un borrego dañado”.

3.2.3 Mitos: “Dice que han estado trillando y ya se hacía tarde y no llegaba el viento, ni siquiera porque le silbaban, el viento estaba sentado atrás de un arbusto, y como no venía el mayordomo del terreno se había enojado con el viento y le ha pegado durísimo con unas ramas y el viento se ha enojado y le ha mandado un huracán en la trilla, y nunca más volvió el viento. Por eso no hay como enojarse con el viento sino solo despacito silbarle para que venga”. “Buena suerte si sale del mismo tallo tres espigas” (Varela, 2012).

3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

3.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: su naturaleza colectiva a través de prácticas comunitarias de ayuda mutua y/o de trabajo grupal, prácticas como el

randimpak, los trueques, las mingas, prestamos son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras.

3.3.2 Fiestas: en las fiestas de las comunidades se preparan alimentos para compartir que incluyen cebada: *“La fiesta de la cosecha en agosto se rota de comunidad en comunidad, cuando llega la fiesta todos llevan sus productos y hacen comida general”*.

3.3.3 Cánticos: por tradición los antepasados, mientras se realizaba la cosecha cantaban el jahuay (canto a la cosecha). El jahuay era una melodía especial compuesta por un conjunto de versos improvisados narrados por una persona escogida de entre los cortadores (cosechadores) a quien le daban el nombre de "paqui o paquidor", los versos eran respondidos por el resto de peones o mingueros.

3.3.4 Ritos: prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras, el rezar a Dios para una buena producción es una forma agradecer por los productos a recibir.

El corte de la espiga de la cebada lo puede hacer el hombre y la mujer, pero el almacenamiento de la semilla y el grano de la cebada en la parva es solo cosa de las mujeres, con su bondad permite que el grano se mantenga y no se estropee (Varela, 2012).

Ficha N° 05: Quinua

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 005	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Nombre vulgar: Quinua	
1.6 Nombre científico: <i>Chenopodium quinoa</i>	

2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Colta	Juan de Velasco, Cañi, Columbe, Santiago de Quito, Villa la Unión
Riobamba	Flores, Cacha, San Luis, Punín, Quimiag, Licto, San Juan, Pungalá, Calpi
Penipe	Matus, Bayushig
3. CARACTERÍSTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
<u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u>	
<p>3.1.1 Sabiduría ecológica: los procesos de producción incluyen observar las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras. Se cree que cuando hay truenos la producción será poca, pero si escuchaban croar los sapos la producción será mayor.</p>	
<p>3.1.2 Usos medicinales: la quinua fue usada como alimento multivitamínico, por lo tanto es muy recomendada para prevenir y curar la anemia.</p>	
<p>3.1.3 Gastronomía: la quinua se puede consumir en sopas, ensaladas, secos, panes, tortas, tortillas, chicha, refrescos, chocolates, café, galletas, turrone, etc. Es ideal para preparar comidas de sal o de dulce y se puede consumir sola o acompañada con muchos otros productos de origen vegetal o animal. Las más variadas formas de consumo son: En cuanto a la gastronomía festiva se hace humitas de quinua, pastel de quinua, suffle de quinua con queso, pastel de quinua con acelgas, suffle de quinua con atún, sopa de quinua con verduras, tamal de quinua, sopa de crema con quinua, sopa de quinua con carne, picante de quinua, sopa de quinua con tomates, puré de quinua, quinua con camarones, guiso de quinua con carne de chanco, chupé de quinua con acelga entre otros (Varela, 2012).</p>	
<u>3.2 Tradiciones y expresiones orales</u>	
<p>3.2.1 Cuentos: no se registra.</p>	
<p>3.2.3 Leyendas: no se registra.</p>	

3.2.3 Mitos: las mujeres en periodo de menstruación no deben entrar en las chacras, porque las plantas se hacen amarillentas y no producen bien. Para recolectar la quinua se debe hacer con las mejores energías para que el grano no se amargue. (Varela, 2012)

A la quinua que queda para semilla no se la debe trillar con máquina porque si no el grano se estropea y no germina la planta.

3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

3.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras.

3.3.2 Fiestas: en la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones, se preparan platos con quinua.

3.3.3 Ritos: prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras, el rezar a Dios para una buena producción es una forma de agradecer por los productos a recibir. (Varela, 2012)

El aporque de la planta de la quinua siempre se realiza antes que empiecen las lluvias para que la panoja no caiga con el peso del grano y los vientos.

Ficha N° 06: Cebolla roja

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 006	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Nombre vulgar: Cebolla roja	
1.6 Nombre científico: <i>Allium cepa</i>	
2. LOCALIZACIÓN	

Cantones	Parroquias
Colta Riobamba Penipe	Juan de Velasco, Santiago de Quito, Villa la Unión San Luis, Punín, Licto, San Juan, Calpi La Candelaria
3. CARACTERISTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
<u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u>	
3.1.1 Sabiduría ecológica: los agricultores se fijan en las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras.	
3.1.2 Usos medicinales: la cebolla estimula el apetito y regulariza las funciones del estómago, es diurética, por lo tanto es un medio importante, depurativo del organismo. También es muy buena para todas las afecciones respiratorias, cuando se tiene tos, catarro, resfrío, gripe, bronquitis, si se prepara el jugo de una cebolla junto con el jugo de limón y dos cucharadas de miel y se toma caliente, además es buena para el estreñimiento, antioxidante, protector hepático, es importante para el crecimiento físico, sistema reproductor e inmunológico. La cebolla tiene características digestivas, antialérgicas, para la osteoporosis, para picaduras de insectos, verrugas, loción capilar y sabañones.	
3.1.3 Gastronomía: la cebolla sea encurtida, frita, rebozada, hervida, al horno o cruda es deliciosa y de fácil asimilación. Se recomienda comerla cruda, porque así conserva sus propiedades nutricionales. En nuestra provincia se lo utiliza diariamente de preferencia en refritos como condimento, ensaladas, ceviches, encebollados con mariscos y los encurtidos (chiriucho), constituyéndose en un producto de la canasta básica familiar (Varela, 2012).	
<u>3.2 Tradiciones y expresiones orales</u>	
3.2.1 Cuentos: no se registra.	
3.2.2 Leyendas: no se registra.	

3.2.3 Mitos: cuando la mujer está menstruando no puede entrar a la chacra o hacer cualquier actividad en la tierra, porque se amarillan las plantas y los productos se hacen pequeños (Varela, 2012).

3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

3.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: su naturaleza colectiva a través de prácticas comunitarias de ayuda mutua y/o de trabajo grupal, prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, prestamanos son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras.

3.3.2 Fiestas: la cebolla se consume en todas las comidas comunitarias de la provincia Chimborazo, sobre todo en platos típicos como ensalada.

3.3.3 Ritos: prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras, el rezar a Dios para una buena producción es una forma de agradecer por los productos a recibir (Varela, 2012).

Ficha N° 07: Melloco

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 007	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Nombre vulgar: Melloco	
1.6 Nombre científico: <i>Ullucus tuberosus</i> loz	
2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Colta	Juan de Velasco, Santiago de Quito, Villa la Unión
Riobamba	San Luis, Cacha, San Juan

Penipe	La Candelaria, Matus, El Altar
3. CARACTERISTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
<u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u>	
<p>3.1.1 Sabiduría ecológica: los tubérculos no deben sembrarse en el quinto día de luna que es para siembra de cultivos porque cargan al aire; hay que esperar que la luna tenga la forma del melloco. “Para la siembra se hace en la segunda luna; las fumigadas, aporques y deshieras en luna tierna”.</p> <p>3.1.2 Usos medicinales: el melloco es cicatrizante, su uso constante puede mejorar las lesiones en la piel ocasionadas por el acné. También para problemas estomacales como la úlcera y la próstata. Posee también un alto contenido de almidón, azúcares, proteínas y vitamina C, facilita el parto al usarse como emplastos, actúa contra la jaqueca, los tumores y la erisipela, es bueno para curar traumatismos internos y para rebajar hinchazones del cuerpo, es decir se considera como un producto desinflamante. La baba del melloco es buena para la paspa, para el dolor de estómago y las rodillas o para la fiebre.</p> <p>3.1.3 Gastronomía: la forma más común es en ensalada fría, en sopas se usa en lugar de la papa o con ella, es cocido junto a habas tiernas y papas y se come con sal o con queso. Las hojas de melloco pueden consumirse en sopas o ensaladas, en tasno (contiene ocas, mellocos, papas, mashua, habas), cariucho (contiene papas, mashua, melloco) (Varela, 2012).</p>	
<u>3.2 Tradiciones y expresiones orales</u>	
<p>3.2.1 Cuentos: no se registra.</p>	
<p>3.2.2 Leyendas: no se registra.</p>	
<p>3.2.3 Mitos: cuando cantaban los mirlos se sabía que venían las lluvias, dicen que entre más florecimiento de las plantas mayor producción, si escuchaban truenos la producción era poca, si escuchaban croar sapos existía mayor producción” (Varela, 2012).</p>	
<u>3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos</u>	

Prácticas comunitarias tradicionales: prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras.

Fiestas: en la celebración de los raymis y en las festividades locales, festividades religiosas, matrimonios, patronos y otros se preparan alimentos en base a mellocos.

Ritos: prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras, el rezar a Dios para una buena producción es una forma agradecer por los productos a recibir (Varela, 2012).

Ficha N° 08: Trigo

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 008	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Nombre vulgar: Trigo	
1.6 Nombre científico: <i>Triticum aestivum</i> L.	
2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Colta	Juan de Velasco, Santiago de Quito, Cañi , Columbe
Riobamba	Cacha, Flores, Licto
3. CARACTERÍSTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
<u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u>	
3.1.1 Sabiduría ecológica: los procesos de producción incluyen observar las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras.	

3.1.2 Usos medicinales: el grano tostado y molido con todo y cáscara en agua tibia es bueno para el estreñimiento, o para la gastritis.

3.1.3 Gastronomía: sopas, pan, fideo casero, tortillas, buñuelos, empanadas, guaguas de pan, coladas con leche, cola de sal con papas, máchica (Varela, 2012).

3.2 Tradiciones y expresiones orales

3.2.1 Cuentos: no se registra.

3.2.2 Leyendas: no se registra.

3.2.3 Mitos: las mujeres con menstruación no pueden ingresar a las chacras “Cuando hay bastantes golondrinas es señal de que va a ser un buen año y se vota la semilla más estrecho para que los pájaros también se alimenten” Cuando hay bastantes catzos significa que el invierno va a ser largo (Varela, 2012).

3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

3.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras.

3.3.2 Fiestas: en la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones se preparan alimentos en base a trigo, en especial para las guaguas de pan en finados.

3.3.3 Cánticos: el canto del jaguay al igual que se hace con la cebada pero no en toda la provincia.

3.3.4 Ritos: prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras, el rezar a Dios para una buena producción es una forma agradecer por los productos a recibir. Antes en las zonas que cultivaban trigo, realizaban en la trilla un ritual con la bocina, se daban vuelta alrededor de la parva, y luego trillaban con los animales.” *Cuando el cultivo está en flor riegan agua bendita y ponen los ramos de semana santa en las chacras*” (Varela, 2012).

Ficha N° 09: Fréjol

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 009	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Nombre vulgar: Fréjol	
1.6 Nombre científico: <i>Phaseolus Vulgaris L.</i>	
2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Colta	Columbe, Villa la Unión
Riobamba	San Luis, Cacha, San Juan
Penipe	Puela
3. CARACTERISTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
<u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u>	
3.1.1 Sabiduría ecológica: los procesos de producción incluyen observar las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras.	
3.1.2 Usos medicinales: no se registra.	
3.1.3 Gastronomía: el fréjol se come cocinado, en menestras, sopas y ensaladas. (Varela, 2012).	
<u>3.2 Tradiciones y expresiones orales</u>	
3.2.1 Leyendas: no se registra.	
3.2.2 Mitos: cuando la mujer está menstruando no puede entrar a la chacra o hacer cualquier actividad en la tierra, porque se amarillan las plantas y los productos se hacen pequeños (Varela, 2012).	
<u>3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos</u>	

3.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: su naturaleza colectiva a través de prácticas comunitarias de ayuda mutua y/o de trabajo grupal, prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, prestamanos son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras.

3.2.2 Fiestas: en la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones, se preparan platos con fréjol.

3.2.1 Ritos: se mantienen prácticas en agradecimiento por la producción de las chacras y se reza a Dios para una buena producción es una forma agradecer por los productos (Varela, 2012).

Ficha N° 10: Bovinos

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. DATOS GENERALES DE REGISTRO	
1.1 Ficha N°: 010	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Producto: Bovinos	
2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Colta	Juan de Velasco, Cañi, Columbe, Santiago de Quito, Villa la Unión
Riobamba	Flores, Cacha, San Luis, Punín, Quimiag, Licto, San Juan, Pungalá, Calpi
Penipe	Matus, Bayushig, La Candelaria, La Matriz, Puela, Bilbao, ElAltar

3. CARACTERISTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO

3.1 Conocimientos y usos relacionados

3.1.1 Sabiduría ecológica: la utilización del ganado vacuno en la preparación del suelo, el arado acelera el trabajo en lugares de difícil acceso con la yunta, además que no contamina el ambiente, ni gasta el suelo como el tractor. Además los procesos de curtiembre se realizan bajo los conocimientos ancestrales para el lavado, secado y almacenamiento.

3.1.2 Usos medicinales: la médula, como los riñones e hígado de estos animales son altos en hierro por lo que se los da de comer a los niños y a personas de la tercera edad.

3.1.3 Gastronomía: los bovinos proveen de carne y leche, productos principales en la dieta de los pobladores.

3.1.4 Fertilizantes: el excremento de los bovinos sirve como fertilizantes de los terrenos o chacras de los comuneros.

3.1.5 Industria: la producción de leche es destinada para el consumo del ser humano, así como sus derivados como: mantequilla, quesos, turrónes, etc.

3.2 Tradiciones y expresiones orales

3.2.1 Cuentos: no se registra.

3.2.2 Leyendas: no se registra.

3.2.3 Mitos: cuando las vacas están en período de gestación no hay que dejarlas que les coja las lluvias, que provoca el aborto de la cría.

3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

3.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: se realiza prácticas como sacar la leche (ordeño), al macho se utiliza como parte de la yunta para la preparación del suelo en las chacras de los comuneros.

3.3.2 Fiestas: en la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones se preparan platos con su carne, además de

esto se lleva el ganado bravo para las corridas de toros en las comunidades por las fiestas.

3.3.3 Ritos: muchas de las veces se les deja comer sal porque es muy apetecido por las vacas, como todos los herbívoros lame ansiosamente la sal, simplemente cuando siente su falta en el organismo, pero si se le da a escoger entre lo salado, ácido, amargo y dulce, preferirá este último sabor.

Ficha N° 11: Porcinos

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. DATOS GENERALES DE REGISTRO	
1.1 Ficha N°: 011	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Producto: Porcinos	
2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Colta	Juan de Velasco, Cañi, Columbe, Santiago de Quito, Villa la Unión
Riobamba	Flores, Cacha, San Luis, Punín, Quimiag, Licto, San Juan, Pungalá, Calpi
Penipe	Matus, Bayushig, La Candelaria, La Matriz, Puela, Bilbao, ElAltar
3. CARACTERÍSTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
3.1 Conocimientos y usos relacionados	
3.1.1 Sabiduría ecológica: la cría de cerdos es un conjunto de elementos productivos (alimentación, manejo, sanidad, etc.) destinados a producir una carne de alta calidad	

mejorando la situación medio ambiental, el bienestar animal y la prevención sanitaria de enfermedades.

3.1.2 Usos medicinales: la carne de cerdo además es muy recomendada en épocas de crecimiento, ya que es un alimento apetecible para los niños por su peculiar sabor. En la edad adulta el consumo de carne de cerdo pero no en exceso ayuda a regular la presión arterial.

3.1.3 Gastronomía: la carne de cerdo es rica en proteínas de alta calidad, vitaminas y minerales, también posee un mayor contenido de grasas que otros animales. Es uno de los alimentos preferidos en la preparación de platos fuertes como papas con hornado o fritada.

3.2 Tradiciones y expresiones orales

3.2.1 Cuentos: no se registra.

3.2.2 Leyendas: no se registra.

3.2.3 Mitos: no se registra.

3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

3.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: la crianza de los cerdos en su mayoría es para autoconsumo o para la venta en los mercados aledaños al sector.

3.3.2 Fiestas: en la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones se preparan platos con su carne. También hay juegos relacionados con los cerdos, durante las fiestas los pequeños (niños) los atrapan y se los llevan como trofeo.

3.3.3 Ritos: no se registra.

Ficha N° 12: Ovinos

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 012	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Producto: Ovinos	
2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Colta	Juan de Velasco, Cañi, Columbe, Santiago de Quito, Villa la Unión
Riobamba	Flores, Cacha, San Luis, Punín, Quimiag, Licto, San Juan, Pungalá, Calpi
Penipe	Matus, Bayushig, La Candelaria, La Matriz, Puela, Bilbao, ElAltar
3. CARACTERÍSTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
<u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u>	
3.1.1 Sabiduría ecológica: la alimentación de los ovinos está basada en: forrajes, pastos y suplementos para la obtención de una buena carne y lana.	
3.1.2 Usos medicinales: la carne de los ovinos es muy recomendada en épocas de crecimiento, ya que es un alimento apetecible para los niños por su peculiar sabor.	
3.1.3 Gastronomía: la carne de los ovinos es básica en la preparación de platos fuertes.	
3.1.5 Fertilizantes: las ovejas producen estiércol de buena calidad, esto se recoge del sitio donde duermen las ovejas para llevarlos a los huertos o charas familiares.	

3.2 Tradiciones y expresiones orales

3.2.1 Cuentos: no se registra.

3.2.2 Leyendas: no se registra.

3.2.3 Mitos: no se registra

3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

3.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: la crianza de los ovinos en su mayoría es para la obtención de lana para la elaboración de prendas de vestir como: fajas, ponchos, zamarros, bufandas, gorros, anacos y telares los cuales son vendidos en los mercados aledaños a sus sectores o para su propio uso.

3.3.2 Fiestas: en la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones se preparan platos con su carne.

3.3.3 Ritos: la sangre de estos animales, cuando se los sacrifica en las comunidades, sirve para regar en las chacras para una mejor producción.

Ficha N° 13: Cuyes

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 013	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Producto: Cuyes	
2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Colta	Juan de Velasco, Cañi, Columbe, Santiago de Quito, Villa la Unión

Riobamba	Flores, Cacha, San Luis, Punín, Quimiag, Licto, San Juan, Pungalá, Calpi
Penipe	Matus, Bayushig, La Candelaria, La Matriz, Puela, Bilbao, El Altar
3. CARACTERÍSTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
<u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u>	
<p>3.1.1 Sabiduría ecológica: el cuy es el principal producto en la mayoría de casas de los sectores rurales, la crianza y manejo es llevado bajo las normas del MAGAP y si es el caso de la organización del Señor Cuy.</p>	
<p>3.1.2 Usos medicinales: la sangre de cuy es utilizada en las mamás recién dadas a luz, para que se restablezca después del parto. Además de esto el cuy macho de preferencia color negro sirve para las limpiezas de sanación o purificación de los niños, adultos y adultos mayores.</p>	
<p>3.1.3 Gastronomía: la carne de cuy es rica en proteínas de alta calidad. Es uno de los alimentos preferidos en la preparación de platos fuertes, como son: cuy asado con papas, caldo de cuy, las vísceras también son utilizadas en caldos y fritos.</p>	
<p>3.1.4 Industria: la carne de los cuyes criados en buenas condiciones es llevada para la preparación de embutidos en Quito.</p>	
<u>3.2 Tradiciones y expresiones orales</u>	
<p>3.2.1 Cuentos: no se registra.</p>	
<p>3.2.2 Leyendas: no se registra.</p>	
<p>3.2.3 Mitos: se cree que cura el espanto y ahuyenta las malas energías.</p>	
<u>3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos</u>	
<p>3.3.1 Fiestas: en la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones se preparan platos que contiene cuy.</p>	
<p>3.3.2 Ritos: las personas adultas o el de mayor edad en las comunidades, lo utilizan como ofrendas para ritos de sanación o purificación.</p>	

2. Sistemas de producción agropecuaria del cantón Riobamba

a. Características generales de la producción agropecuaria

Cuadro N° 10. Caracterización de las zonas de intervención del MAGAP en el cantón Riobamba

PARROQUIAS	CARACTERIZACIÓN DE LA ZONA			
	COORDENADAS UTM	ALTURA	TEMPERATURA	EXTENSIÓN
Flores	X: 762252 Y: 9798582	2950 m.s.n.m 3200 m.s.n.m	12° C - 16° C	37.70 Km ²
Punín	X: 760030 Y: 9805567	2800 m.s.n.m 3500 m.s.n.m	10° C - 14° C	55.82 Km ²
San Luis	X: 763099 Y: 9809801	2584 m.s.n.m 2839 m.s.n.m	10° C - 18° C	29.33 Km ²
Cacha	X: 754632 Y: 9809166	2660 m.s.n.m 2920 m.s.n.m	10° C - 16° C	236.0 Km ²
Quimiag	X: 782149 Y: 9812023	2400 m.s.n.m 5319 m.s.n.m	12° C -15° C	139.4 Km ²
Calpi	X: 749870 Y: 9821337	2900 m.s.n.m 3200 m.s.n.m	12° C -18° C	535.3 Km ²
San Juan	X: 741509 Y: 9823136	2920 m.s.n.m 3320 m.s.n.m	12° C -16° C	209.7 Km ²
Pungalá	X: 775481 Y: 9796889	2950 m.s.n.m 3353 m.s.n.m	10° C -14° C	
Licto	X: 765639 Y: 97999006	2900 m.s.n.m 3500 m.s.n.m	12° C -15° C	584.4 Km ²

MAPA DE CARACTERIZACIÓN DE LA ZONA DE INTERVENCIÓN CANTÓN RIOBAMBA

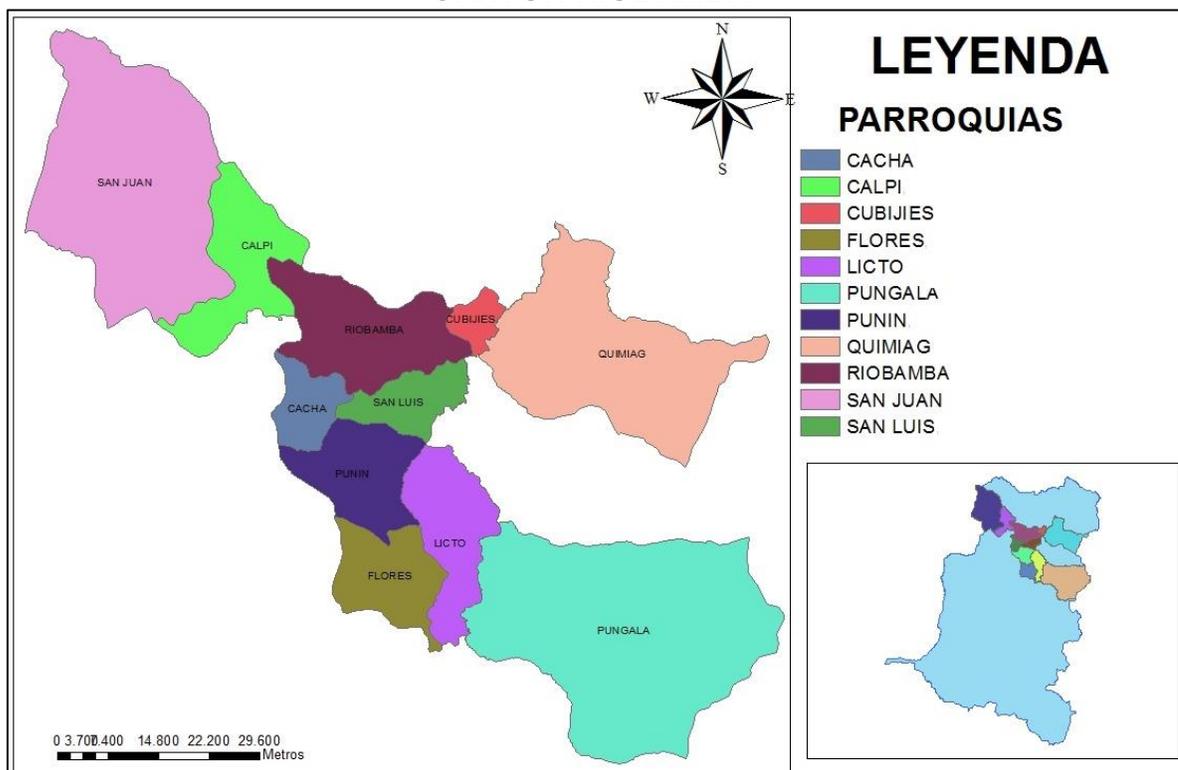


Gráfico N° 04. Mapa de distribución de las zonas de intervención del MAGAP cantón Riobamba

El cantón Riobamba posee un clima entre los 10 y 14 °C, factores como una buena fertilidad de los suelos y la sabiduría ancestral de los pobladores han conjugado para una buena producción agropecuaria dentro de sus 1828 Km². En el cantón se destaca principalmente las legumbres como: la zanahoria, lechuga, brócoli, tomate riñón, etc., riqueza que es aprovechada dentro de los sistemas de producción agrícola, pecuario y piscícola (este último se encuentra en sus inicios), proveyendo así al cantón, fuentes de empleo y divisas para sus habitantes. Toda la riqueza que posee el cantón con sus atractivos naturales y culturales puede ser aprovechada junto con los sistemas de producción agropecuaria como nueva alternativa de turismo, permitiendo dinamizar la economía local y el desarrollo rural. A continuación se caracterizan las especies agropecuarias para conocer sus propiedades nutritivas, su valor en la historia, el sistema de producción y el valor cultural.

Cuadro N°11. Características generales de los productos agrícolas del cantón Riobamba

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS PRINCIPALES DEL CANTÓN RIOBAMBA			
Productos principales	Nombre científico	Valor nutricional	Reseña histórica
Zanahoria	<i>Daucus carota</i>	Son ricas en caroteno y altas en contenido de fibra y azúcar. El caroteno beta es una sustancia que se convierte en vitamina A en el cuerpo humano. Una porción de 1/2 taza de zanahorias cocidas, contiene cuatro veces la cantidad diaria recomendada de vitamina A en la forma de caroteno beta protector. El caroteno beta es también un eficaz antioxidante de gran alcance en la lucha contra algunas formas de cáncer, especialmente cáncer de pulmón.	La zanahoria es una especie originaria del centro asiático y de la zona este del Mediterráneo donde se puede encontrar en forma espontánea. Afganistán sería el centro de origen exacto, debido a la mayor diversidad de formas silvestres que se encuentran en ese país, y el resto de las áreas de la zona señalada serían centros secundarios de diversidad y domesticación. Fue cultivada y consumida desde la antigüedad por griegos y romanos. Los árabes, desde el Norte de África la llevaron a España, desde donde fue introducida al resto de Europa. En el siglo XIV había llegado ya a Gran Bretaña, pero tendrían que pasar más de cien años para que el cultivo tomara cierta importancia. También parece el siglo XVII la época de introducción de la zanahoria en América, tras haberse descubierto sus propiedades de salud para el organismo.
Alfalfa	<i>Medicago sativa</i>	Posee sales minerales en especial Calcio, Potasio, Hierro y Fósforo. Gran cantidad de aminoácidos.	La alfalfa procede de Persia, donde probablemente fue adoptada para el uso por parte del humano durante la edad del bronce para alimentar a los caballos

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS PRINCIPALES DEL CANTÓN RIOBAMBA			
Productos principales	Nombre científico	Valor nutricional	Reseña histórica
		Betacaroteno y vitaminas C, D, E y K. En brotes contiene: Vitamina A, Complejo B, B12, C, D, E, G, K, Fósforo y Hierro	procedentes de Asia Central. Según Plinio el Viejo, se introdujo en Grecia alrededor del 490 a. C., durante la Primera Guerra Médica, posiblemente en forma de semillas llegadas con el pasto de la caballería persa. Pasó a ser un cultivo habitual destinado a la alimentación de los caballos. También parece el siglo XVII la época de introducción de la alfalfa en América.
Col	<i>Brassica oleracea</i>	La Col contiene 92% de agua, fibra, pocas calorías, Hidratos de Carbono. Vitaminas: A, C, E, B, minerales: muy rico en Azufre y Potasio, Fósforo, Aluminio, Calcio, Flúor, Bario, Magnesio, Bromo. Otros: Ácido fólico, Niacina, Biotina, Mucílagos, Quecetina, Tirosina, Leucina, Cistina, ácido glutamínico, Arginina, Amoníaco, Nitratos, Lauteina.	La col es una especie originaria del Mediterráneo, donde encuentra el clima idóneo para su correcto desarrollo. Existen teorías que hablan de ella como la más antigua de las crucíferas, retrasando el nacimiento de su variedad silvestre hasta hace 4.000 ó 4.500 años. Durante los siglos de dominación romana del <i>Mare Nostrum</i> , es mencionada en diferentes obras como <i>De re rustica de Catón</i> , donde aparece como medicina para combatir las dolencias intestinales y pulmonares. También el gastrónomo Apicio la nombraría en algunas de sus recetas en <i>De re coquinaria</i> , en el siglo I d.C. tras el descubrimiento del Nuevo Mundo los europeos la introdujeron en América, llegando a ser muy apreciada por los indígenas.

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS PRINCIPALES DEL CANTÓN RIOBAMBA			
Productos principales	Nombre científico	Valor nutricional	Reseña histórica
Lechuga	<i>Lactuca sativa</i>	La lechuga es un vegetal hortaliza, de sabor suave que contiene una amplia gama de vitaminas, minerales y nutrientes, tales como el Calcio, Magnesio, Potasio, vitamina A, vitamina C y vitaminas B.	La lechuga tiene su antecesor en una especie silvestre que crece en la Mayor parte de las zonas templadas del planeta, por lo que su origen geográfico no está claro. Se cultiva sobre todo en Asia, con la mitad de la producción mundial, seguida de Norteamérica y Europa.
Tomate riñón	<i>Solanum lycopersicum</i>	El tomate se encuentra entre los alimentos bajos en calorías ya que 100 g. de este alimento contienen tan solo 22,17 kcal. Entre las propiedades nutricionales del tomate cabe destacar que tiene los siguientes nutrientes: Hierro, proteínas, Potasio, Yodo, Zing, carbohidratos, vitamina A, vitamina B1, vitamina B2, vitamina B3, vitamina B5, vitamina B6, vitamina B7, vitamina B9, vitamina B12, vitamina C, D, E, K, fósforo y purinas.	El tomate llegó a Europa a comienzos del siglo XVI de la mano de los conquistadores españoles. Los aztecas lo conocían como <i>xītomatl</i> , fruto con ombligo. Si bien ambos centros de origen del tomate cultivado, Perú y México, han sido postulados y se ha proporcionado evidencia en uno u otro sentido, no existen pruebas concluyentes que apoyen de manera incontrovertida uno de tales sitios como el lugar donde el tomate ha sido domesticado a partir de su ancestro silvestre. Es posible que después de la llegada de los españoles el tomate se cultivara y consumiera más que el tomatillo por su apariencia colorida y su mayor tiempo de vida después de ser cosechado.

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS PRINCIPALES DEL CANTÓN RIOBAMBA			
Productos principales	Nombre científico	Valor nutricional	Reseña histórica
			<p>También hay evidencias que sustentan que el tomate tendría como centro de origen las tierras altas de la costa occidental de Sudamérica. Investigaciones diversas precisaron que esta y otras hortalizas se cultivaron en forma continua por las culturas que florecieron en la cordillera de los Andes desde tiempos preincaicos (antes de la formación del Imperio Inca). Estas investigaciones coinciden en asignar el origen del tomate a esta zona apoyados no solo en la antigüedad de las evidencias arqueológicas registradas en las cerámicas prehispánicas hallados en la zona norte del actual Perú, sino también a la gran cantidad de variedades silvestres que se pueden hallar aún en campos y zonas eriazas de esta parte de Sudamérica. Los españoles distribuyeron el tomate a lo largo de sus colonias en el Caribe después de la conquista de América. También lo llevaron a Filipinas y por allí entró al continente asiático.</p>

Cuadro N°12. Características generales de los productos pecuarios del cantón Riobamba

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS PECUARIOS PRINCIPALES DEL CANTÓN RIOBAMBA		
Productos principales	Valor nutricional	Reseña histórica
Camélidos	La carne de los camélidos sudamericanos es alta en: Proteína, además de esto posee fibra, Calcio, Hierro, Yodo y vitamina C. además de grasas y aminoácidos.	Los camélidos se originaron en América del Norte hace 9 a 11 millones de años atrás (Tribus Lamini y Camelini). Hace 3 millones de años, la Tribu Camelini inicia la migración hacia el Asia y Europa, a través del puente del Estrecho de Behring, dando origen a los camélidos del viejo mundo: el camello (<i>Camelus bactrianus</i>) y el dromedario (<i>Camelus dromedarius</i>) También emigraron, descendientes de la Tribu Lamini, hacia América del sur, originando al guanaco y a la vicuña (CSA silvestres) hace aproximadamente 2 millones de años. Posteriormente se extinguieron los camélidos en América del Norte. El origen de los camélidos sudamericanos domésticos la llama y la alpaca sigue siendo un tema controvertido, probablemente a causa de la intensa hibridación, debido a la pérdida de la transmisión oral de la forma tradicional de crianza, o a la drástica disminución de la población de camélidos domésticos durante la invasión española o bien por dificultades en la interpretación de los hallazgos zooarqueológicos. Tradicionalmente se consideraba al guanaco, el ancestro de estas dos especies, mientras que se pensaba que la vicuña nunca había sido domesticada. Recientes investigaciones, vinculan a la alpaca con la vicuña, y datan su

		domesticación desde entre 6000 a 7000 años, en los Andes peruanos. En nuestro territorio, hay evidencias del probable comienzo de la domesticación de los camélidos, entre 3.500 a 5000 años atrás.
Aves de corral	La carne de pollo contiene 20% de proteínas, es más bajo en grasas, ya que posee alrededor de un 9% y no contiene cantidades apreciables de carbohidratos. Dentro de las grasas, posee grasas saturadas, pero aporta ácidos grasos monoinsaturados y poliinsaturados en menor cantidad. En las aves de corral se destaca su aporte proteico, así como su contenido de ácido fólico y vitaminas B3, ideales para el correcto funcionamiento cerebral. Asimismo, posee elevadas cantidades de hierro, zinc, fósforo y potasio, minerales esenciales para cualquier individuo.	El origen de las aves de corral se sitúa en el sureste de Asia. El naturalista británico Charles Darwin las consideró descendientes de una única especie silvestre, el gallo bankiva, que vive en estado salvaje desde India hasta Filipinas pasando por el Sureste asiático. La gallina es uno de los primeros animales domésticos que se mencionan en la historia escrita. Se hace referencia al animal en antiguos documentos chinos que indican que “esta criatura de Occidente” había sido introducida en China hacia el año 1400 a.C. En tablas babilónicas del año 600 a.C. aparecen gallinas, que son también mencionadas por los escritores griegos primitivos, en especial por el dramaturgo Aristófanes en el año 400 a.C. Los romanos la consideraban un animal consagrado a Marte, su dios de la guerra.

3. Características específicas agropecuarias

Cuadro N°13. Producción agrícola del cantón Riobamba

PRODUCCIÓN AGRÍCOLA DEL CANTÓN RIOBAMBA										
PARROQUIA	Cultivo	Has. De producción	Época de Siembra	Época de Cosecha	Unidad de medida	Rendimiento por Has.	Enfermedades principales	% Semilla	% Auto consumo	% Mercado
CACHA	Maíz	49	Septiembre/Diciembre	Junio/Diciembre	Saco	40	Roya	25	75	0
	Cebada	47	Septiembre/Diciembre	Junio/Diciembre	Saco	40	Roya	25	75	0
	Trigo	47	Septiembre/Diciembre	Junio/Diciembre	Saco	40	Roya, Antracnosi, Marchitez	25	75	0
	Habas	80	Septiembre/Diciembre	Abril	Saco	50	Mancha de Chocol	25	75	0
CALPI	Papa	12	Cualquier época	Cualquier época	QQ	30	Alternaria	0	5	95
	Maíz	471	Noviembre	Agosto	QQ	30	Carbón	5	90	5
	Alfafa	27	Cualquier época	Cualquier época	Carga	90	Mosca blanca	0	75	25
	Arveja	212	Noviembre	Abril	QQ	17	Enfermedades carenciales	0	90	10
FLORES	Trigo	177	Noviembre/Diciembre	Mayo/Junio	QQ	10	Roya, carbón	10	90	0
	Cebada	150	Noviembre/Diciembre	Mayo/Junio	QQ	10	Roya, carbón	10	90	0
	Maíz	138	Octubre	Junio/Julio	QQ	10	Carbón	10	70	20

PRODUCCIÓN AGRÍCOLA DEL CANTÓN RIOBAMBA

PARROQUIA	Cultivo	Has. De producción	Época de Siembra	Época de Cosecha	Unidad de medida	Rendimiento por Has.	Enfermedades principales	% Semilla	% Auto consumo	% Mercado
	Papa	101	Abr/ May/Oct/ Nov/Dic	Dic/Ene/Jun/ /Jul	QQ	150	Lanchas	10	70	20
LICTO	Maíz	373	Octubre/Noviembre	Julio/ Agosto	QQ	16	Pudrición de la raíz	70	20	10
	Alfalfa	55	Todo el año	Todo el año	Cargas	70	Roya de la alfalfa	0	0	100
	Papa	71	Todo el año	Todo el año	QQ	130	Lancha	10	50	40
	Lechuga	25	Todo el año	Todo el año	Sacos	300	Moho gris	0	20	80
	Zanahoria	11.68	Todo el año	Todo el año	Sacos	300	Mildiu	0	50	50
PUNGALÁ	Papa	230	Todo el año	Todo el año	QQ	100	Lancha, Gusano Blanco, Polilla	5	5	90
	Maíz	80	Septiembre/Octubre	Julio/ Agosto	QQ	40	Gusano Cogollero	5	10	85
	Habas	50	Todo el año	Todo el año	QQ	30	Mancha chocolate	15	30	55
PUNÍN	Lechuga	85	Permanente	Permanente	Sacos	250	Bremia	0	5	95
	Coliflor	65	Permanente	Permanente	Sacos	300	0	5	95
	Col	49	Permanente	Permanente	Sacos	100	0	5	95
	Maíz	75	Octubre/Noviembre	Mayo/Junio	QQ	15	Carbón	20	20	60
	Cebada	63	Octubre/Noviembre	Junio/Julio	QQ	28	Roya y Carbon	20	20	60
QUIMIAG	Papa	411	Todo el año	Todo el año	QQ	578	Tizón temprano y tardío	2	1	97

PRODUCCIÓN AGRÍCOLA DEL CANTÓN RIOBAMBA										
PARROQUIA	Cultivo	Has. De producción	Época de Siembra	Época de Cosecha	Unidad de medida	Rendimiento por Has.	Enfermedades principales	% Semilla	% Auto consumo	% Mercado
PARROQUIA	Maíz	297	Todo el año	Todo el año	Saco	132	Roya	0	1	99
	Fréjol	35	Todo el año	Todo el año	Mula	65	Roya	0	1	99
	Habas	50	Todo el año	Todo el año	Mula	267	Botritis cinérea	1	1	98
	Zanahoria	20	Todo el año	Todo el año	QQ	500	Alternaria	0	1	99
SAN JUAN	Papa	200	Todo el año	Todo el año	QQ	578	20	20	60
SAN LUIS	Tomate Riñón	450	Todo el año	A partir del cuarto mes	Cajas	45T	Dumping off	0	20	80
	Lechuga	536	Todo el año	A partir del tercer mes	Sacos	36T	Fusarium	0	20	80
	Cilantro	407	Todo el año	A partir del tercer mes	Cargas	25T	Nematodos Tizón (lancha)	0	10	90
	Coliflor	300	Todo el año	A partir del tercer mes	Sacos	36T	Hernia de la coliflor	0	10	90

El cantón Riobamba posee alrededor 5500 hectáreas cultivadas, los productos principales agrícolas son las hortalizas ya que el 40% del territorio se encuentra cultivado por lechuga, zanahoria, brócoli, col, etc. La época de siembra y cosecha varía de acuerdo a las épocas pero por lo general se lo puede realizar en cualquier mes del año, este tipo de producción es menor a un año. El rendimiento por hectárea fue alrededor de 4000 quintales. El producto agrícola con más producción por hectárea es el tomate riñón ya que se produce alrededor de 45 toneladas al año en la parroquia San Luis. La enfermedad principal de los productos agrícolas es la roya. El 9% de la producción total está destinada para semilla, el 34% para el consumo de los pobladores y el 57% es comercializado en el Mercado de Productores Agrícolas de Riobamba y mercados de la ciudad.

Cuadro N°14. Producción pecuaria del cantón Riobamba

PRODUCCIÓN PECUARIA DEL CANTÓN RIOBAMBA			
PARROQUIA	PRODUCTO	No. Animales	Enfermedades Principales
CACHA	Bovinos	783	Parásitos Externos e Internos, Sarna
	Porcinos	1996	Parásitos Externos e Internos
	Ovinos	3197	Parásitos Externos e Internos, Mosca, Garrapatas
	Cuyes	10949	Parásitos Externos e Internos, Coccidiosis, Sarna
CALPI	Bovinos	3710	Parasitosis, Timpanismo, Hipocalcemia y alopecia
	Ovinos	9381	Parasitosis, Diarrea, Cólera Porcino
	Porcinos	3845	Parasitosis, Miasis, Gusanera, Fiebre y timpanismo
	Camélidos	2998	Salmonella y Avitamitosis
	Cuyes	39200	Salmonella y Avitamitosis
FLORES	Bovinos	1713	Parasitosis, Timpanismo, Hipocalcemia y alopecia
	Porcinos	697	Parasitosis, Diarrea, Cólera Porcino
	Ovinos	1238	Parasitosis, Miasis, Gusanera, Fiebre y timpanismo
	Cuyes	2130	Piojos, Sarna, Linfadenitis, Salmonelosis y raquitismo
	Aves de Corral	185	Coccidiosis, Bronquitis
LICTO	Bovinos	3276	Parásitos, Timpanismo
	Porcinos	2271	Cólera Porcino
	Ovinos	2806	Oestrus Ovis
	Cuyes	3560	Linfadenitis, piojos, ácaros
PUNGALÁ	Bovinos	8000	Fiebre de leche, Mastitis, Timpanismo

PRODUCCIÓN PECUARIA DEL CANTÓN RIOBAMBA			
PARROQUIA	PRODUCTO	No. Animales	Enfermedades Principales
	Porcinos	300	Parasitosis, Cólera porcina
	Ovinos	200	Gusanera.
PUNÍN	Bovinos	2915	Deficiencias nutricionales y minerales, parásitos, diarreas, neumonías,
	Ovinos	2050	Parásitos, neumonías, diarreas, deficiencias minerales
	Porcinos	1080	Peste porcina, diarreas, neumonías
QUIMIAG	Bovinos	12270	Parasitosis, avitaminosis, infecciones intestinales y pulmonares
SAN JUAN	Bovinos	7150	Parasitosis
	Porcinos	2184	Parasitosis
	Ovinos	7347	Parasitosis
	Cuyes	18503	Parásitos externos
	Conejos	2496	Parasitosis
	Aves de Corral	5610	Newcastle
	Camélidos	632	Parasitosis, Neumonías
SAN LUIS	Bovinos	2085	Fiebre Aftosa, Carbunco, Parasitosis
	Porcinos	2358	Cólera Porcino, Parasitosis.
	Ovinos	1380	Oestrus, Miasis, Parasitosis.
	Cuyes	10140	Hongos, Piojos, linfadenitis
	Conejos	8260	Hongos, Piojos
	Aves de Corral	10620	Newcastle

Los productos principales pecuarios son las especies mayores ya que en el 60% del territorio se encuentra ganado bovino, porcino y ovino con 48000 ejemplares aproximadamente. Esta producción por lo general está destinada para la obtención de productos derivados de los mismos como: leche y todos sus derivados, carne y lana. Las enfermedades principales son los parásitos. En las especies menores se encuentran los cuyes, conejos y aves de corral con 20000 ejemplares, las principales enfermedades que los atacan son los hongos, piojos y Newcastle.

Cuadro N°15. Producción de leche del catón Riobamba

PRODUCCIÓN DE LECHE DEL CANTÓN RIOBAMBA							
PARROQUIA	No. Vacas	Producción litros/vacas/día	% Autoconsumo	% Comerciante	% Industria propia	% Industria	Industrias compradoras
CACHA	267	20	10	80	20	0	QUESERAS LOCALES
CALPI	2605	15	40	45	5	10	NITILUISA
FLORES	400	10	10	90	0	0	QUESERAS LOCALES
LICTO	2126	20	5	80	0	15	ESPOCH
PUNGALÁ	3000	20	2	80	0	18	DALDAL
PUNÍN	597	20	15	85	0	0	QUESERAS DE LA PARROQUIA
QUIMIAG	5670	15	10	60	10	20	PARMALAT
SAN JUAN	5600	10	10	75	5	10	QUESERAS DE LA PARROQUIA
SAN LUIS	790	10	5	60	10	25	PRAZOL

La cantidad de litros de leche producidos al día por vaca en el cantón Riobamba es alto con 81000 litros, esto se debe al excelente pasto existente en la zona, la producción es comercializada en un 80% para la elaboración de quesos en su mayoría y distribuida a empresas grandes como Parmalat y Prazol.

Cuadro N°16. Producción piscícola del catón Riobamba

PRODUCCIÓN PISCÍCOLA DEL CANTÓN RIOBAMBA				
PARROQUIA	Metros cuadrados de producción	Especie	Cuenca Hídrica	% legalizado
CACHA	80	Trucha	Ojos de agua de la Zona	En trámite
PUNGALÁ	220	Trucha	Rio Peltetec	100%
QUIMIAG	200	Trucha	Vertiente	En trámite

La producción acuícola es en torno a la trucha, destinada para la comercialización, es reciente implementación aporta a la generación de ingresos para las familias.

4. Características culturales de la producción agropecuaria

Especies como el maíz, papa, haba, cebada, trigo, fréjol, arveja, bovinos, porcinos, ovinos y cuyes ya han sido descritos en las fichas de caracterización cultural de los productos agropecuarios del cantón Colta, estas características se mantienen debido a que Riobamba, se encuentra en el mismo territorio de la nacionalidad kichwa, sin embargo las relaciones interculturales mantenidas con el pueblo mestizo, han dado lugar a la existencia de otros productos que se detallan a continuación:

Ficha N° 14: Zanahoria

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 014	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Producto: Zanahoria	
1.6 Nombre científico: <i>Daucus carota</i>	
2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Colta	Villa la Unión
Riobamba	Flores, San Luis, Punín, Quimiag, Licto, San Juan, Pungalá, Calpi
Penipe	Matus, La Candelaria, La Matriz, El Altar
3. CARACTERÍSTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
<u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u>	
3.1.1 Sabiduría ecológica: los procesos de producción incluyen observar las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras.	

3.1.2 Usos medicinales: ingieren la zanahoria para mejorar la visión sobre todo la nocturna. Lo que no es tan conocido es que dicho alimento se combina en nuestro cuerpo con otra sustancia del organismo y ayuda a la buena salud de la retina del ojo. Purifica la sangre aumentando el número de glóbulos rojos y ayuda a la secreción de leche materna.

3.1.3 Gastronomía: se la puede utilizar en sopas, pan, tortas caseras, tortillas, empanadas, coladas, jugos, etc.

3.2 Tradiciones y expresiones orales

3.2.1 Cuentos: no se registra.

3.2.2 Leyendas: no se registra.

3.2.3 Mitos: no se registra

3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

3.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras.

Ficha N° 15: Col

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 015	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Producto: Col	
1.6 Nombre científico: <i>Brassica oleracea</i>	

2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Colta	Villa la Unión
Riobamba	Flores, San Luis, Punín, Quimiag, Licto, San Juan, Pungalá, Calpi
Penipe	Matus, La Candelaria, La Matriz, El Altar
3. CARACTERÍSTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
<u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u>	
<p>3.1.1 Sabiduría ecológica: los procesos de producción incluyen observar las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras.</p> <p>3.1.2 Usos medicinales: para tratamientos contra la gastritis, la pancreatitis, para prevenir afecciones del hígado es recomendable tomar el jugo hecho con las hojas, el cual se deberá preparar a razón de un vaso diario. A nivel digestivo el consumir de manera habitual la col, es muy bueno, puesto que posee muchas vitaminas, que son indispensables para proteger el estómago, también ayuda a prevenir las úlceras. Es útil en casos de heridas, llagas, contusiones o úlceras de la piel, para lo cual se machacan las hojas moderadamente y se aplican sobre la zona afectada a manera de vendas envueltas en un pañuelo o algodón ya que ayudarán a la regeneración y cicatrización de la piel.</p> <p>3.1.3 Gastronomía: se las puede preparar en sopas, pan, tortillas, empanadas, coladas, jugos, etc.</p>	
<u>3.2 Tradiciones y expresiones orales</u>	
<p>3.2.1 Cuentos: no se registra.</p> <p>3.2.2 Leyendas: no se registra.</p> <p>3.2.3 Mitos: cuando la mujer está menstruando no puede entrar a la chacra o hacer cualquier actividad en la tierra, porque se amarillan las plantas y los productos se hacen pequeños.</p>	
<u>3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos</u>	
<p>3.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras.</p>	

3.2.1 Fiestas: en la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones se preparan platos típicos con esta especie.

Ficha N° 16: Lechuga

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 016	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Producto: Lechuga	
1.6 Nombre científico: <i>Lactuca sativa</i>	
2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Colta	Villa la Unión, Santiago de Quito
Riobamba	Flores, San Luis, Punín, Quimiag, Licto, Pungalá, Calpi
Penipe	La Matriz
3. CARACTERÍSTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
<u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u>	
3.1.1 Sabiduría ecológica: los procesos de producción incluyen observar las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras.	
3.1.2 Usos medicinales: la lechuga sirve para el insomnio: la infusión hecha con una lechuga entera en medio litro de agua se la debe tomar en una taza antes de acostarse. También comer en la noche ensalada de ajos con lechuga. Para personas nerviosas, débiles, afecciones en los riñones y vías urinarias, reumatismo, estreñimiento,	

avitaminosis deben comer lechuga cruda con frecuencia. Para la piel se debe consumir frecuentemente lechuga, por su contenido en agua ayuda a hidratar la piel, en el caso de afecciones cutáneas, un triturado de lechuga con una cucharadita de aceite de oliva aplicado, ayuda a la mejoría y suaviza la piel.

3.1.3 Gastronomía: se la consume generalmente cruda ya que posee un sabor muy agradable y suave, además de que es ideal para combinar con ensaladas crudas, contiene muy pocas calorías y aporta muchos nutrientes. Es la base para la preparación de platos fuertes, mezclado con el chiriucho.

3.2 Tradiciones y expresiones orales

3.2.1 Cuentos: No se registra.

3.2.2 Leyendas: No se registra.

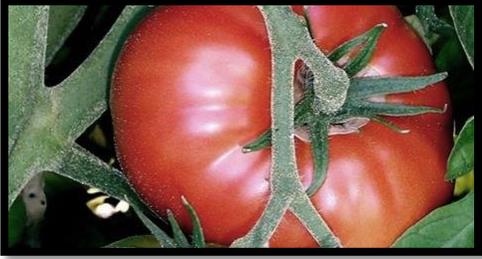
3.2.3 Mitos: No se registra.

3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

3.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: su naturaleza colectiva a través de prácticas comunitarias de ayuda mutua y/o de trabajo grupal, prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, prestamanos son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras.

3.3.2 Fiestas: en la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones, se preparan platos típicos con ensaladas que tiene como producto principal la lechuga.

Ficha N° 17: Tomate riñón

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 017	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Producto: Tomate riñón	
1.6 Nombre científico: <i>Solanum lycopersicum</i>	
2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Colta	Villa la Unión, Santiago de Quito
Riobamba	Flores, San Luis, Punín, Quimiag, Licto, Pungalá, Calpi
Penipe	La Matriz, Matus, Puela, Bilbao
3. CARACTERÍSTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
3.1 <u>Conocimientos y usos relacionados</u>	
3.1.1 Sabiduría ecológica: los procesos de producción incluyen observar las fases lunares, nociones que permiten mejorar la cosecha en las chacras.	
3.1.2 Usos medicinales: el tomate de carne o riñón es utilizado como remedio contra el dolor de garganta, se debe mezclar el jugo de tomate crudo con un diente de ajo machacado en un poco de agua caliente, con este preparado se debe realizar gárgaras tres veces al día. Las hojas del tomate tienen propiedades cicatrizantes, se debe hacer infusiones de las hojas de esta planta, esta infusión puede ser aplicada sobre heridas superficiales, para favorecer la cicatrización de las mismas. Además, su consumo ayuda a eliminar toxinas de nuestro organismo.	
3.1.3 Gastronomía: se la consume generalmente crudo ya que posee un sabor muy agradable es ideal para combinar con ensaladas crudas, contiene pocas calorías y aporta	

muchos nutrientes. Es la base para la preparación de platos fuertes, mezclado con el chiriucho. También se lo puede consumir en mermelada o pasta.

3.2 Tradiciones y expresiones orales

3.2.1 Cuentos: no se registra.

3.2.2 Leyendas: no se registra.

3.2.3 Mitos: no se registra.

3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

3.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: su naturaleza colectiva a través de prácticas comunitarias de ayuda mutua y/o de trabajo grupal, prácticas como el randimpak, los trueques, las mingas, prestamanos son formas de reciprocidad y solidaridad en las chacras.

3.3.2 Fiestas: en la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones, se preparan platos típicos con ensaladas frías donde se incluye este producto.

Ficha N° 18: Camélidos

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 018	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Producto: Camélidos	

2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Riobamba	Flores, San Luis, Punín, Quimiag, Licto, Pungalá, Calpi
Colta	Columbe, Santiago de Quito, Villa la Unión
Penipe	Matus, La Candelaria
3. CARACTERÍSTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
<u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u>	
<p>Sabiduría ecológica: son notables las adaptaciones de los camélidos a las condiciones del páramo andino, esto es consecuencia del proceso de evolución de los animales en su medio y de la coevolución de los camélidos y el páramo. Estas adaptaciones incluyen aspectos que preservan al medio en que viven, como las almohadillas en que terminan sus patas, que no erosionan demasiado el suelo del páramo. Por su forma de alimentarse se les ha denominado “pastoreadores de bajo impacto”, lo que significa la posibilidad de rápida recuperación de los pastos.</p> <p>Usos medicinales: el consumo de la carne de llama es muy saludable por su alto contenido de proteínas en niños, jóvenes y adultos.</p> <p>Gastronomía: la carne de llama se la consume en platos típicos, acompañada con arroz de quinua y otros platos como: seco de carne de llama y asados con papas.</p> <p>Fertilizantes: el estiércol de los camélidos es utilizado en las chacras para mejorar su producción.</p>	
<u>3.2 Tradiciones y expresiones orales</u>	
<p>Cuentos: había una vez una llama que bajaba del páramo, se la veían día tras día que bajaba sin lana. Hasta que un día la siguieron y vieron que quien la trasquilaba era un hombre blanco que brillaba como el sol y todo su atuendo era de la lana de llama. Pero al pasar los días la llama fue perdiendo su vigor hasta que murió a los pocos días, dicen que al hombre que lleva su atuendo de lana de llama solo se lo ve en los días de lluvia y oscuridad.</p> <p>Leyendas: no se registra.</p>	

Mitos: no se registra.

3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

Prácticas comunitarias tradicionales: los camélidos son criados en las comunidades, donde cada año las trasquilan, la fibra sirve para la elaboración de artesanías y prendas de vestir. Esta actividad por lo general lo realizan las mujeres en conjunto.

Fiestas: las llamas y alpacas son parte importante en la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, patronos y conmemoraciones, donde se las adorna para que sean parte de los desfiles. Además de esto hay una fiesta especial que es el 06 de enero donde la llama se la adorna con lana de colores y borlas en honor al patrono que era el único que podía tener esta clase de animales.

Ritos: no se registra.

Ficha N° 19: Aves de corral

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 019	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Producto: Aves de corral	
2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Colta	Juan de Velasco, Cañi, Columbe, Santiago de Quito, Villa la Unión
Riobamba	Flores, Cahca, San Luis, Punín, Quimiag, Licto, San Juan, Pungalá, Calpi

Penipe	Matus, Bayushig, La Candelaria, La Matriz, Puela, Bilbao, El Altar
3. CARACTERISTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
<p><u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u></p> <p>3.1.1 Sabiduría ecológica: las aves de corral se presentan como una ayuda extraordinaria, sus excrementos pueden ser usados para la fabricación de compost, o bien si las tenemos directamente sobre la tierra, nos la abonarán. La crianza de aves de corral es parte importante en todos los comuneros y comuneras, por ser una carne muy sana al igual que sus huevos, es parte de la dieta diaria de todos.</p> <p>3.1.2 Usos medicinales: la carne de aves de corral ayuda a combatir las dolencias de los pulmones, protege el cuerpo de infecciones y para todos los integrantes de la familia cuando están con gripe.</p> <p>3.1.3 Gastronomía: la carne de pollo y gallina es consumida en sopas y secos en niños y adultos por su apetecido sabor, igual los huevos son consumidos de muchas formas y es uno de los ingredientes principales de sus platos tradicionales y de su dieta diaria.</p> <p>3.1.4 Industria: los huevos de gallina son distribuidos en las tiendas y en mercados de la provincia, los pollos son vendidos en pie y pelados.</p>	
<p><u>3.2 Tradiciones y expresiones orales</u></p> <p>3.2.1 Cuentos: no se registra.</p> <p>3.2.2 Leyendas: no se registra.</p> <p>3.3.3 Mitos: Se cree que cada vez que canta el gallo es porque va a parar de llover o cuando las gallinas rascan la tierra, además se dice que las gallinas cuando todas cacarean son porque están en peligro de algún depredador.</p>	
<p><u>3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos</u></p> <p>3.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: los pollos y gallinas son criados en cada casa de los comuneros y en algunas comunidades se cría en asociación con más comuneros para la producción de huevos y carne para la venta.</p>	

3.3.2 Fiestas: la carne de pollo y gallina son parte importante en la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, patronos, matrimonios y conmemoraciones por su rico sabor y como una de las carnes principales de los platos típicos.

3.3.3 Ritos: la sopa de gallina y pollo es consumida por las mujeres después del parto para recuperar las energías.

5. Sistemas de producción agropecuaria del cantón Penipe

a. Características generales de la producción agropecuaria

Cuadro N° 17. Caracterización de las zonas de intervención del MAGAP cantón Penipe

PARROQUIAS	CARACTERIZACIÓN DE LA ZONA			
	COORDENADAS UTM	ALTURA	TEMPERATURA	EXTENSIÓN
LA MATRIZ	X: 775222 Y: 9825819	2600 m.s.n.m 3500 m.s.n.m	12 °C – 16 ° C	30.61 Km ²
EL ALTAR	X: 783000 Y: 9828253	3000 m.s.n.m 3540 m.s.n.m	10 °C – 15 ° C	74.19 Km ²
LA CANDELARIA	X: 781625 Y: 9819204	3100 m.s.n.m 3900 m.s.n.m	10°C – 13 ° C	105.34 Km ²
BAYUSIHG	X: 776280 Y: 9828994	2990 m.s.n.m 3330 m.s.n.m	12 °C – 15 ° C	3.89 Km ²
MATUS	X: 780302 Y: 9826295	2750 m.s.n.m 3500 m.s.n.m	12 °C – 18 ° C	74.18 Km ²
PUELA	X: 783583 Y: 9835027	2850 m.s.n.m 3620 m.s.n.m	12 °C – 15 ° C	273.14 Km ²
BILBAO	X: 779138 Y: 9838466	2675 m.s.n.m 3630 m.s.n.m	12 °C – 16 ° C	24.71 Km ²

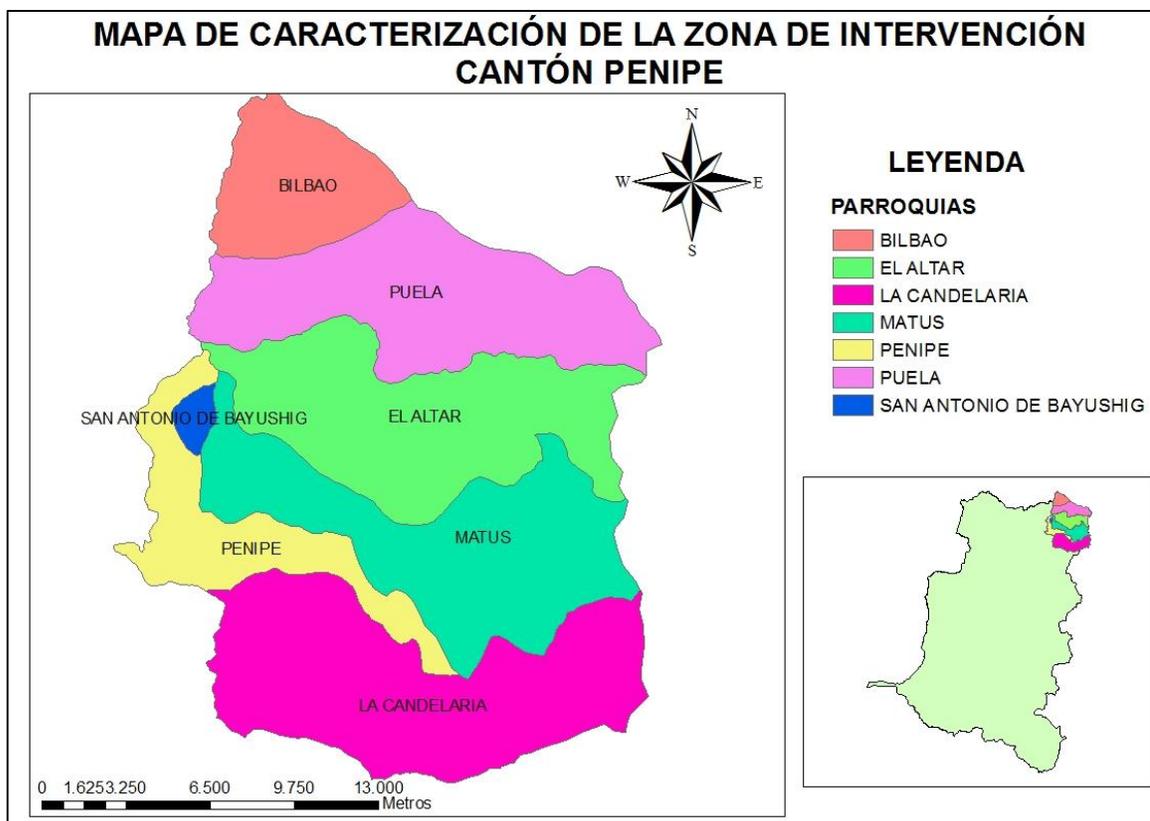


Gráfico N° 05. Mapa de distribución de las zonas de intervención del MAGAP cantón Penipe

El cantón Penipe posee un clima entre los 7 y 12 °C, factores como la buena fertilidad de los suelos y la sabiduría ancestral de los pobladores han conjugado para una buena producción agropecuaria dentro de sus 586,06 Km². En el cantón se destaca principalmente el maíz suave choclo, manzana, durazno, tomate de árbol y el fréjol principalmente. Toda la riqueza agrícola y pecuaria que posee el cantón Penipe puede ser aprovechada a través del turismo permitiendo dinamizar la economía local. A continuación se caracterizan las especies agropecuarias para conocer sus propiedades nutritivas, su valor en la historia, el sistema de producción y el valor cultural.

Cuadro N°18. Características generales de los productos agrícolas del cantón Penipe

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS PRINCIPALES DEL CANTÓN PENIPE			
Productos principales	Nombre científico	Valor nutricional	Reseña histórica
Frutales de manzana	<i>Mulus domestica</i>	La manzana posee nutrientes fitoquímicos como los flavonoides y la quercetina, entre otros, hace de la manzana una fruta con un gran poder antioxidante. Además de esto poseen: Potasio: 35,4 %, Calcio: 26,1 %, Magnesio: 9,1 %, Sodio: 26,1 %, ácido fosforito: 14,00 %, ácido sulfúrico: 6,1 %, Silicato: 4,32 %. Gracias a sus efectos antioxidantes y a su aporte de sustancias fitoquímicas es perfecta para conservar la juventud, para purificar la sangre, es reconstituyente cerebral ideal para estudiantes y personas que tienen gran actividad mental.	La manzana ha sido un fruto simbólico a lo largo de la historia, en la Biblia se cita como el fruto prohibido que provocó la expulsión del ser humano del paraíso. Desde hace milenios se recolecta esta fruta como ponen de manifiesto restos arqueológicos encontrados en excavaciones neolíticas. En el siglo XII antes de Cristo, el manzano era cultivado en los valles del Nilo en tiempos del Faraón Ramsés III. También en la mitología griega, la manzana de oro que París entrega a la diosa Venus y que provoca la enemistad entre Atenea y Hero, pasó a la historia como la “manzana de la discordia”. En el siglo XVI, los españoles extendieron el cultivo de la manzana por toda Iberoamérica, y cien años después, el manzano emigró a América del Norte, Sur y posteriormente a África del Norte y Australia.
Frutales de durazno	<i>Prunus persica</i>	Con cerca de 28 calorías por hectogramo, los duraznos son frutos	Aunque por muchos siglos ha sido creído originario de Persia, hoy está seguro que el duraznero es un árbol

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS PRINCIPALES DEL CANTÓN PENIPE

Productos principales	Nombre científico	Valor nutricional	Reseña histórica
		<p>revitalizantes, con un buen contenido de vitaminas A y C; son frutos laxantes y diuréticos, ya que desarrollan una acción depurativa por el organismo humano e incrementan la función de reinos e intestino.</p>	<p>originario del oeste de China, del cual se tienen registros históricos en el siglo II antes de Cristo, en lo que antes era Roma lo que representa el actual Irán. En China el duraznero es considerado todavía símbolo de inmortalidad, mientras, en Egipto, los durazneros fueron considerados sagrados a Arpocrate, dios del silencio y la infancia, tanto que todavía hoy, las mejillas de los niños son comparadas con los duraznos, por su suavidad.</p> <p>En acuerdo con lo indicado de la literatura latina, los durazneros fueron introducidos en Italia, y precisamente en Roma en el curso del siglo después Cristo. En la edad media, Francia se volvió el segundo centro de origen de esta especie, después de China. La introducción de los duraznos en el continente americano ocurrió según dos oleadas distintas: la primera, en la primera mitad del siglo XVI, obrada por los españoles en Centro América y la segunda, mucho más reciente, en la mitad del 1800, por la importación dirigida por China en los EE.UU.</p>

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS PRINCIPALES DEL CANTÓN PENIPE

Productos principales	Nombre científico	Valor nutricional	Reseña histórica
Tomate de árbol	<i>Cyphomandra betacea</i>	El tomate de árbol resalta por sus cualidades nutricionales, especialmente sus propiedades de reducción de colesterol, su alto contenido de fibra, vitaminas A y B6, C, y E rico en Hierro y Potasio. Es rico en minerales, especialmente Calcio, Hierro y Fósforo; contiene niveles importantes de proteína y caroteno. Es además una buena fuente de pectina. Los datos de la composición nutricional se deben interpretar por 100 g de la porción comestible.	El tomate de árbol es originario de América (Ecuador, Colombia, Perú), como cultivo en Ecuador se desarrolla entre 600-3300 msnm, donde la temperatura óptima está entre 12°C, pero a 4°C sufre daño, el encharcamiento y vientos fuertes afectan directamente a los tallos y hojas.

Cuadro N°19. Características generales de los productos pecuarios del cantón Penipe

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS PECUARIOS PRINCIPALES DEL CANTÓN PENIPE		
Productos principales	Valor nutricional	Reseña histórica
Equinos	Los caballos y burros son más utilizados como herramienta de trabajo o como un atractivo para las personas, ya que se considera una especie que aparte de su belleza son muy dóciles para la crianza y ayuda al ser humano, se los utiliza en algunas terapias de niños con discapacidad.	Los caballos se han desarrollado durante 50 millones de años a partir de pequeños animales de dimensiones de un perro mediano, hasta llegar a los veloces corredores de las estepas mayores de dimensiones actuales. El caballo se domesticó por el hombre mediante el cautiverio y la selección artificial hasta obtener diferentes formas, coloraciones y marcas de distinción blanca. Cuando los españoles arribaron a América se sorprendieron al no hallar los animales domésticos que existían en Europa, salvo el perro. Por eso los conquistadores se preocuparon de traerlos, especialmente al caballo, ya que no sólo era el principal medio de transporte, sino que inspiraba temor a los nativos. Cómo sería la importancia que le dieron, que los reyes católicos se interesaron para que Colón los trajera en el segundo viaje, cuidando de que viniesen padrillos y yeguas. Además, en los años siguientes se establecieron cabañas en la isla Española para satisfacer la demanda de la incipiente colonia. Cuando el equino se aclimató en la isla de Santo Domingo, su cría se extendió a las otras Antillas y a Centroamérica, de donde se proveyeron de caballos a casi todas las expediciones del descubrimiento y la conquista. Pizarro fue autorizado a llevar montados

		de Jamaica al Perú, y de allí Valdivia se abasteció para ir a Chile, de donde pasarían a la Argentina.
Conejos	Es un alimento magro, por lo que es bajo en grasas, bajo en colesterol, rico en vitamina B12 está aconsejado su consumo para mujeres embarazadas o durante la lactancia materna. Es una carne fácil de digerir con bajo contenido en Sodio, alto en Potasio y rico en proteínas de alto valor biológico.	El origen del conejo se remonta a la era Cenozoica, período cuaternario hace 30 millones de años, que es cuando aparecen los mamíferos. En el continente africano se encontraron fósiles que pertenecen al período Eoceno, primer período de la era cuaternaria, por lo cual se cree que el conejo tuvo su origen en dicho continente. Se desconoce cuando llegó a América porque cuando llegaron los españoles a Centroamérica ya existía una variedad de conejo que incluso los aztecas lo reconocían como animal sagrado dentro de su calendario.

b. Características específicas agropecuarias

Cuadro N°20. Producción agrícola del cantón Penipe

PRODUCCIÓN AGRÍCOLA DEL CANTÓN PENIPE										
PARROQUIA	Cultivo	Has. De producción	Época de Siembra	Época de Cosecha	Unidad de medida	Rendimiento	Enfermedad es principales	% Semilla	% Auto consumo	% Mercado
LA MATRIZ	Papa	106	Todo el año	Todo el año	QQ	11	Phytophthora	14	13	73

PRODUCCIÓN AGRÍCOLA DEL CANTÓN PENIPE

PARROQUIA	Cultivo	Has. De producción	Época de Siembra	Época de Cosecha	Unidad de medida	Rendimiento	Enfermedades principales	% Semilla	% Auto consumo	% Mercado
LA CANDELARIA	Maíz Suave Seco	193	Agosto/ Noviembre	Junio/ Agosto	Saco	36	18	47	35
	Maíz Suave Choclo	181	Agosto/ Noviembre	Febrero/ Abril	Saco	36	0	7	93
	Fréjol tierno	102	Agosto/ Octubre	Marzo/Abril/ Mayo	Saco	10	Colletotrichum spp	0	5	95
BAYUSHIG	Frutales de manzana	71	Junio/Julio	Febrero/ Abril	Caja	7	Antracnosis	0	1	99
MATUS	Haba Tierna	13	Agosto/ Octubre	Abril/Mayo	Saco	13	Botrytis fabae	0	3	97
	Arveja Tierna	2	Septiembre/ Octubre	Enero/ Marzo	Saco	6	Colletotrichum spp	0	5	95
EL ALTAR	Maíz suave choclo	74	Abril/Marzo	Septiembre/ Diciembre	Saco	4506	5	10	85
	Frutales de durazno	142	Permanente	Enero/Marzo	Cajas	2208	0	2	98
	Papa	63	Todo el año	Todo el año	QQ	1242	Phytophthora	5	10	85

PRODUCCIÓN AGRÍCOLA DEL CANTÓN PENIPE										
PARROQUIA	Cultivo	Has. De producción	Época de Siembra	Época de Cosecha	Unidad de medida	Rendimiento	Enfermedades principales	% Semilla	% Auto consumo	% Mercado
PUELA	Maíz suave choclo	33	Agosto/ Septiembre	Junio/Julio	Saco	139	5	90	5
	Fréjol	19	Julio/Agosto	Enero/Marzo	Saco	19	Colletotricum spp	0	5	95
BILBAO	Maíz suave Choclo	10	Julio/Agosto	Enero/Marzo	Saco	149	0	5	95
	Tomate de árbol	20	Todo el año	Todo el año	Cajas	87	0	2	98
	Fréjol	5	Julio/Agosto	Enero/ Febrero	Saco	14	Colletotricum spp	0	2	98

El cantón Penipe posee alrededor 1000 hectáreas cultivadas, debido al que el resto de está cubierto de páramos. El producto principal agrícola es el maíz suave (choclo), ya que se producen alrededor de 4800 sacos al año. Además de esto se encuentra cultivada frutales de manzana, durazno y tomate de árbol los cuales tienen una producción anual, se producen alrededor 2300 cajas durante 4 a 5 años debido a que estos árboles envejecen con el tiempo. La época de siembra son en los meses de julio y agosto, la época de cosecha es en los meses de enero y febrero. El 3% de la producción total está destinada para semilla, el 13% para el consumo de los pobladores y el 84% es comercializado en los mercados locales del cantón y en las ciudades de Riobamba, Baños y Ambato principalmente.

Cuadro N°21. Producción pecuaria del cantón Penipe

PRODUCCIÓN PECUARIA DEL CANTÓN PENIPE			
PARROQUIA	PRODUCTO	No. Total de Animales	Enfermedades principales
EL ALTAR	Bovinos	2530	Mastitis, Parásitos, Enfermedades gastrointestinales
	Ovino	560	Parásitos
	Porcino	781	Parásitos, fiebre
	Equino	361	Enfermedades gastrointestinales
	Camélidos	6	Enfermedades gastrointestinales
	Cuyes	8700	Parásitos
	Conejos	1190	Parásitos
	Aves de corral	14250	Respiratorias
PUELA	Bovinos	538	Mastitis, Parásitos, Enfermedades gastrointestinales
	Ovino	93	Parásitos
	Porcino	85	Parásitos, fiebre
	Equino	65	Enfermedades gastrointestinales
	Caprino	55	Parásitos
	Cuyes	3528	Parásitos
	Conejos	713	Parásitos
	Aves de corral	3953	Respiratorias
BILBAO	Bovinos	422	Mastitis, Parásitos, Enfermedades gastrointestinales
	Porcino	105	Parásitos, fiebre
	Equino	35	Enfermedades gastrointestinales
	Cuyes	1500	Parásitos
	Conejos	200	Parásitos
	Aves de corral	4500	Respiratorias, Virus, New
	Bovinos	4922	Parasitosis, mastitis

PRODUCCIÓN PECUARIA DEL CANTÓN PENIPE			
PARROQUIA	PRODUCTO	No. Total de Animales	Enfermedades principales
LA MATRIZ, MATUS Y LA CANDELARIA	Ovinos	302	Parásitos, Fasciola
	Porcinos	824	Cólera porcino (fiebre)
	Aves de corral	6060	Newcastle, gripe
	Cuyes	4130	Parásitos

La producción pecuaria principal del cantón se basa en la producción de leche ya que existe alrededor de 9000 cabezas de ganado bovino, además de aves de corral con 29000 ejemplares distribuidas en las galponeras de las fincas y granjas integrales de las parroquias. Las enfermedades principales de estas especies son los parásitos, mastitis y gripe.

Cuadro N°22. Producción de leche del cantón Penipe

PRODUCCIÓN DE LECHE DEL CANTÓN PENIPE							
PARROQUIA	No. Vacas	Producción de litros/Vaca/Día	% Autoconsumo	% Comerciante	% Industria Propia	% Industria	Industrias Compradoras
LA MATRIZ, MATUS, LA CANDELARIA	3500	5,6	30	48	14	8	PROPIAS QUESERAS Y GUAYAQUIL

PRODUCCIÓN DE LECHE DEL CANTÓN PENIPE							
PARROQUIA	No. Vacas	Producción de litros/Vaca/Día	% Autoconsumo	% Comerciante	% Industria Propia	% Industria	Industrias Compradoras
EL ALTAR, PUELA, BILBAO	2890	8	10	60	20	10	LÁCTEOS OÑATE, RIOBAMBA, OTROS PRODUCTORES

La producción de leche en el cantón es alta debido a que se producen alrededor de 40000 litros diarios, el 20% de la producción total es destinada para el consumo de los propietarios, el 54% para la venta, y el 26 % para la industria, por ende el MAGAP se encuentra capacitando a los productores para mejorar la producción y obtención de nuevos derivados como quesos, mantequilla, yogurt y jaleas.

Cuadro N°23. Producción piscícola del catón Penipe

PRODUCCIÓN PISCÍCOLA DEL CANTÓN PENIPE				
PARROQUIA	Metros cuadrados de producción	Especie	Cuenca Hídrica	Legalización
LA CANDELARIA	80	Trucha	Río Tarau	En trámite
LA MATRIZ	100	Trucha	Rio Guzo	En trámite

El principal producto acuícola está relacionado con la trucha, destinada para la comercialización, a pesar de su reciente implementación es un nuevo emprendimiento para la generación de ingresos para las familias de estos sectores.

c. Características culturales de la producción agropecuaria

Productos como: el maíz, la papa, haba, fréjol, arveja, y especies como bovinos, porcinos, ovinos, camélidos y especies menores ya han sido descritos en las fichas de caracterización cultural de los productos agropecuarios de los cantones Colta y Riobamba, estas características se mantienen debido a que el cantón, se encuentra en el mismo territorio de la nacionalidad kichwa, por tanto a continuación se detallan los productos relevantes de la zona:

Ficha N° 20: Frutales de manzana

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 020	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Producto: Frutales de manzana	
4. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Penipe	Bayushig, Matus, La Candelaria, La Matriz, El Altar, Puela, Bilbao
5. CARACTERISTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
<u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u>	
3.1.1 Sabiduría ecológica: el manzanero es conocido como el árbol del bien y del mal, por todas las creencias del catolicismo, en la actualidad los pobladores del sector poseen manzaneros como una fuente de alimento y generación de ingresos.	
3.1.2 Usos medicinales: la manzana es consumida porque ayuda a regular el intestino. Se la debe comer cruda y con piel ya que es útil para tratar el estreñimiento, permitiendo aprovechar la fibra de la piel y estimula la actividad intestinal. Comer manzana es	

beneficioso ya que posee mucha agua, y se le atribuyen efectos buenos cuando los niños o adultos están con diarrea ya que hace más lento el tránsito intestinal. Algunas de las acciones de las manzanas son secar y desinflamar la mucosa intestinal (capa que tapiza el interior del conducto digestivo), por lo que resultan eficaces en el tratamiento de la diarrea. Se puede decir que la manzana cruda y con piel es laxante, es decir, útil para tratar el estreñimiento, y si la manzana se consume pelada, rallada y oscurecida tiene el efecto contrario en nuestro organismo, resulta astringente.

3.1.3 Gastronomía: las manzanas se suelen consumir crudas como fruta de mesa o como ingrediente de ensaladas. Se pueden emplear también en salsas y guisos aunque sus principales aplicaciones son en compotas, coladas, dulces, tartas, pasteles, gelatinas, mermeladas y zumos. Las manzanas crudas cortadas en rodajas o picadas aportan una textura fresca y crujiente a las ensaladas.

3.1.4 Industria: en la actualidad existe una industria grande en la parroquia de Bayushig que es Nutrilam la misma que elabora productos como: jugos, mermeladas, gelatinas, compotas, vinos, vinagres, dulces, té, frutos secos, etc., utilizando como materia prima la manzana, la misma que es distribuida y comercializada en todo el país.

3.2 Tradiciones y expresiones orales

3.2.1 Cuentos: no se registra.

3.2.2 Leyendas: no se registra.

3.2.3 Mitos: no se registra

3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

3.2.1 Prácticas tradicionales: en la actualidad en el Paucar raymi o carnaval los pobladores de estos sectores comen y disfrutan de estos frutos ya que es la señal de buena productividad de la tierra.

Ficha N° 21: Frutales de durazno

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 021	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Producto: Frutales de durazno	
2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Penipe	Bayushig, Matus, La Candelaria, La Matriz, El Altar, Puela, Bilbao
3. CARACTERÍSTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
<u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u>	
<p>3.1.1 Sabiduría ecológica: el duraznero al igual que la manzana y otros productos como el capulí, la claudia, la mora, son frutales del gusto de los pobladores de estos sectores. Estos frutales son exigentes en la calidad del suelo porque requieren de suelos profundos y aireados. La ubicación geográfica debe ser apropiada donde el clima sea regular y temperado para una óptima floración.</p>	
<p>3.1.2 Gastronomía: la fruta se puede consumir cruda o cocinada en postres, mermeladas, coladas, jugos, etc.</p>	
<p>3.1.3 Usos medicinales: el durazno aporta fibra ya que estimula el movimiento intestinal y evita el estreñimiento, es un laxante muy efectivo y suave. Regula los niveles de colesterol y glucosa en la sangre y previene la enfermedad cardiovascular. Cuando se lo consume crudo ayuda a proteger el estómago, ya que ayuda a estimular la secreción de jugos digestivos. En los niños estimula el apetito y la vista, en la regeneración de la piel, las encías y los dientes. Las hojas poseen ácido mandélico, se las puede tomar en té de</p>	

infusión permitiendo así evitar dolores de estómago y purgantes cuando se las consume directamente.

3.1.4 Industria: el ingrediente primario es el durazno destinado a la industria para la elaboración de almibares, confituras, mermelada, conservas, licores y aromatizantes.

3.2 Tradiciones y expresiones orales

3.2.1 Cuentos: no se registra.

3.2.2 Leyendas: no se registra.

3.2.1 Mitos: no se registra

3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

3.3.1 Prácticas tradicionales: en la actualidad en el Paucar raymi o el carnaval los pobladores de estos sectores comen y disfrutan de estos frutos ya que es señal de buena productividad de la tierra y se elabora la bebida típica llamada “jucho”, que está compuesta de anís, canela, clavo de olor, capulí y el durazno.

Ficha N° 22: Tomate de árbol

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 022	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Producto: Tomate de árbol	
2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Penipe	Bayushig, Matus, La Candelaria, La Matriz, El Altar, Puela, Bilbao

3. CARACTERÍSTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO
<p><u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u></p> <p>3.1.1 Sabiduría ecológica: el tomate de árbol se da en zonas templadas y frescas, el suelo debe contener alta materia orgánica por los que los pobladores de estos sectores, mantienen estos huertos llenos de abonos orgánicos provenientes de las especies menores y mayores de su propiedad.</p> <p>3.1.2 Gastronomía: la fruta se la puede consumir fresca en la preparación de jugos, mermeladas, jaleas, etc.</p> <p>3.1.3 Usos medicinales: el tomate de árbol fortalece el cerebro y contribuye a mejorar las migrañas se los debe consumir en jugos. También se los asa y se los consume con miel de abeja para curar infecciones de la garganta. En jugos, el tomate de árbol con la cáscara, combinado con pepinillo y avena se toma por nueve días en ayunas para bajar los triglicéridos y el colesterol.</p>
<p><u>3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos</u></p> <p>3.3.1 Prácticas tradicionales: el tomate de árbol es utilizado para la preparación de ají complemento para platos fuertes en la gastronomía de este sector.</p>

Ficha N° 23: Equinos

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 023	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Producto: Equinos	
2. LOCALIZACIÓN	

Cantones	Parroquias
Penipe	Bayushig, Matus, La Candelaria, La Matriz, El Altar, Puela, Bilbao
3. CARACTERISTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
<u>3.1 Conocimientos y usos relacionados</u>	
<p>3.1.1 Sabiduría ecológica: los equinos son utilizados como animales de carga, para la movilización de los productos agrícolas.</p>	
<u>3.2 Tradiciones y expresiones orales</u>	
<p>3.2.1 Cuentos: no se registra.</p>	
<p>3.2.2 Leyendas: no se registra.</p>	
<p>3.2.3 Mitos: no se registra</p>	
<u>3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos</u>	
<p>3.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: los equinos se crían igual que el ganado vacuno en corrales o sueltos en las propiedades, por lo general entre comuneros se ayudan prestando los animales para trasladar los productos agrícolas.</p>	
<p>3.3.2 Fiestas: los caballos y burros son parte importante en la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, patronos y conmemoraciones, se los arregla para ser parte de los eventos en los cuales desfilan con los dueños o con autoridades.</p>	
<p>3.3.3 Ritos: no se registra.</p>	

Ficha N° 24: Conejos

CARACTERÍSTICAS CULTURALES DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS PRINCIPALES	
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 024	
1.2 Fecha: 01/12/2014	
1.3 Elaborado por: Jessica Zúñiga	
1.4 Revisado por: Patricia Tierra y Patricio Noboa	
1.5 Producto: Conejos	
2. LOCALIZACIÓN	
Cantones	Parroquias
Colta	Juan de Velasco, Cañi, Columbe, Santiago de Quito, Villa la Unión
Riobamba	Flores, Cahca, San Luis, Punín, Quimiag, Licto, San Juan, Pungalá, Calpi
Penipe	Matus, Bayushig
3. CARACTERÍSTICAS CULTURALES- COSAS DE RESPETO	
3.1 <u>Conocimientos y usos relacionados</u>	
3.1.1 Sabiduría ecológica: el majado de estos animales son recogidos en sacos para llevarlos a las huertas de sus propietarios y proveer de materia orgánica al suelo.	
3.1.2 Gastronomía: el conejo se puede comer asado acompañado con papas.	
3.2 <u>Tradiciones y expresiones orales</u>	
3.2.1 Cuentos: no se registra.	
3.2.2 Leyendas: no se registra.	
3.2.3 Mitos: el uso de la patita de conejo como talismán o amuleto se basa aparentemente en una vieja superstición, en que la pata izquierda trasera de un conejo	

capturado dentro de un cementerio a la luz de la luna, protegía al propietario contra el mal.

3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

3.3.1 Prácticas comunitarias tradicionales: los conejos al igual que los cuyes se los cría en corrales, entre los y las comuneras se prestan las especies (presta manos), para tener una buena calidad de carne y poder comercializarlos. El MAGAP les brinda capacitaciones para su cuidado y procreación.

3.3.2 Fiestas: en la celebración de los raymis y en las festividades locales, religiosas, matrimonios, patronos y conmemoraciones se preparan platos con su carne.

3.3.3 Ritos: no se registra.

B. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO

1. Análisis de la oferta

a. Validación del inventario de atractivos turísticos de los cantones Colta, Riobamba y Penipe vinculados a los sistemas de producción agropecuaria

La validación se realizó en base a inventarios de atractivos turísticos naturales y culturales elaborados por la ESPOCH (FRN), correspondientes a los trabajos de titulación de pre-grado en el período 2010-2014, la información fue corroborada en campo, validada y jerarquizada (Anexo N°6), a continuación se muestra la matriz de validación y descripción del atractivo:

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
Laguna de Colta	<p>UBICACIÓN: Colta CATEGORÍA: Sitio Natural TIPO: Ambientes lacustres SUBTIPO: Lagunas JERARQUÍA: III ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: Alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: En proceso de deterioro</p>	<p>Se encuentra ubicada en la parroquia Santiago de Quito, tiene una dimensión de 2,5 Km de largo por 1 Km de ancho, en su interior existe floa y fauna nativa, en esta zona existe abundante totora (<i>Scirpus californicus</i>). Además existen lugares de recreación donde se puede realizar actividades como paseo en bote, avistamiento de aves, fotografía, etc., de fácil acceso todo el año.</p>	<p>Con una superficie de 204 Ha., esta laguna se encuentra rodeada por 17 comunidades, en su interior se destaca la presencia de totora, que es extraída permanente por la población local para la elaboración de artesanías. En esta zona la presencia de botes a motor han ocasionado un grave impacto en la laguna, por cuanto varias de las especies de aves que se registraban como propias del lugar han tendido a desaparecer, a esto se suma que el GAD Municipal no ha contribuido con las acciones necesarias para el manejo de este ecosistema, generando un proceso de sedimentación continuo en la laguna por estas condiciones su jerarquía desciende de jerarquía III a II.</p>

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
Carnaval indígena	<p>UBICACIÓN: Colta, Riobamba y Penipe</p> <p>CATEGORÍA: Manifestación Cultural</p> <p>TIPO: Etnografía</p> <p>SUBTIPO: Manifestaciones religiosas tradiciones y creencias populares</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado</p>	<p>La celebración se realiza a nivel provincial, en el mes de febrero o marzo dependiendo del calendario festivo, en las calles de los pueblos y comunidades indígenas donde se arman “los palcos” para “Los Reyes” (que son una imitación burlesca de los conquistadores) y frente a ellos circula una gran cantidad de “huarmitucushcas”, que son hombres jóvenes vestidos con atuendos de mujer. Los moradores festejan durante ocho días o más, luciendo todo su folklore, nombran y coronan a reyes y embajadores que presiden todos los actos programados, como: corridas de toros, bailes, comparsas, misas, comidas típicas, gallo compadre, entre otras actividades. La celebración culmina con el entierro del mismo carnaval, entre los lamentos y la nostalgia de los carnavales hasta que regrese el siguiente año.</p>	<p>Manifestación cultural del patrimonio intangible. Dada la metodología, empleada para este trabajo de investigación, es un atractivo turístico que está caracterizado pero no jerarquizado.</p>

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
Artesanías en totora	UBICACIÓN: Colta CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Etnografía SUBTIPO: Artesanías, tejidos, indumentaria JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: Alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: En proceso de deterioro	La totora (<i>Scirpus californicus</i>) es una planta de junco acuática muy antigua de uso doméstico y para la elaboración de artesanías entre ellas la tradicional estera que es un tejido entrecruzado de tallos de totora que dan la forma de un tapete usado en múltiples formas, desde cama de dormir hasta elemento decorativo de interiores. Además se han elaborado cojines, lámparas, juegos de sala, sofás, tapetes, paneras, sombreros, basureros, balsas, papel, etc.	La práctica artesanal del proceso de obtención de la fibra de totora se ha ido perdiendo aceleradamente por problemas de migración y aculturación pese a esto mantiene la jerarquía II.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
Artesanías en lana	<p>UBICACIÓN: Colta CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Etnografía SUBTIPO: Artesanías, tejidos, indumentaria JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado</p>	<p>Estas artesanías tienen su origen en épocas anteriores a la Conquista Española, los grupos étnicos se ubicaban en diversas comunidades geográficas pero la forma de los tejidos era similar en todas ellas a pesar de existir dos tipos de telares, los de origen español que son los más utilizados y el telar primitivo denominado de cintura o cashuas, que era el que conocían nuestros ancestros. El proceso de elaboración de las artesanías es la siguiente: la lana se la obtiene de las ovejas, y la fibra de llamas y alpacas, luego se selecciona y se lava para proceder a tinturarla con anilina o productos naturales. Se la seca al sol y luego se le carda o afloja para proceder a hilarla, se la urde y está lista para poner en el telar para la elaboración de la prenda seleccionada. Entre los productos que se elaboran son: guantes, gorros, suéteres, bufandas, aretes carteras, bolsos, alfombras, etc. Temporalidad de acceso todo el año.</p>	<p>La elaboración de los tejidos en lana aún se mantienen dado que las hilanderas del sector transmiten los procesos de generación en generación, después de la evaluación la jerarquía II se mantiene.</p>
Museo histórico del cantón Colta	<p>UBICACIÓN: Colta CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Históricas SUBTIPO: Arquitectura religiosa</p>	<p>En este museo se exhiben testimonios de lo que fue la antigua Riobamba como: fotografías, reliquias religiosas, objetos de valor, piedras y pilares de antiguas iglesias, pinturas en óleo, junto con escritos como el Acta de Fundación de la primera ciudad</p>	<p>Con la intervención del INPC se ha mejorado la infraestructura y las condiciones museográficas del sitio razón por la cual mantiene la jerarquía II.</p>

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
	JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	española de Santiago de Quito. Aquí se puede realizar actividades como fotografía, e interpretación del patrimonio, con acceso todo el año.	
Feria de Colta	UBICACIÓN: Colta CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Acontecimientos programados SUBTIPO: Feria JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	Esta feria es multicolor donde asisten propios y extraños, en ella se comercializa: ponchos, bayetas, collares, cintas, sombreros, artesanías, etc. Se realiza los días domingos en Cajabamba. Se puede realizar, paseos, adquisición de artesanías, fotografía, etc.	Esta feria en la actualidad ha sufrido cambios por la aculturación que ha sido uno de los principales problemas dentro de las tradiciones y costumbres pese a esto mantiene su jerarquía II.
Iglesia de Balbanera	UBICACIÓN: Colta CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Históricas SUBTIPO: Arquitectura Religiosa JERARQUÍA: III ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado	Es la primera iglesia construida en suelo ecuatoriano de gran importancia histórica, levantada por los españoles con barenque y piedra, su estilo de construcción es colonial, su fachada es de piedra destaca un doble arco a la entrada y una simpática torrecilla con campanario. El interior ha sido restaurado con la intervención del INPC. Los atractivos individuales que la conforman son la santísima	Dada la importancia histórica esta iglesia permanece en mantenimiento continuo. Está ubicada junto a la estación del ferrocarril, permitiendo una integración entre ambos atractivos para una visita variada de los turistas, mantiene su jerarquía III.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
	ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservación	virgen María Natividad de Balbanera, el altar, el atrio y la pila bautismal, junto a la iglesia existe una plazoleta en la que se realizan procesiones durante las festividades religiosas. Aunque no se conoce con certeza su fecha de creación, se presume que fue inaugurada el 15 de agosto de 1534. Temporalidad de acceso todo el año.	
Ruinas de San Francisco	UBICACIÓN: Colta CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Históricas SUBTIPO: Sitios Arqueológicos JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: Alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: En proceso de deterioro	Fue declarado por el INPC como patrimonio cultural de la nación, debido a que es una parte de la antigua Riobamba, hoy conocida como el barrio San Francisco, aquí se destaca la presencia de las ruinas coloniales, donde se ha rescatado lo siguiente: evidencias del piso de San Francisco asociado a las base del altar de la Catedral, piso de ladrillo cuadrado del convento, piso de ladrillo cuadrado, rectangular y hexagonal de la sacristía. Se puede realizar actividades como caminatas y fotografía e interpretación del patrimonio. Temporalidad de acceso todo el año.	La intervención del INPC ha realizado adecuaciones para mejorar su estado conservación, pese a esto el crecimiento de la zona urbana ha dejado lado la relevancia de este atractivo, mantiene la jerarquía II.
Chicha de maíz o jora	UBICACIÓN: Colta, Riobamba y Penipe CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Etnografía SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas	El maíz siempre está presente en la cocina de los pobladores por su valor no sólo culinario sino también cultural. Este grano tiene una presencia ancestral en la vida cotidiana de los pueblos indígenas, la chicha de maíz o de jora es preparada con 12 variedades de maíz, se	Bebida de gran importancia en las festividades locales, además de constituirse en un elemento típico de la gastronomía de estos sectores, la forma de preparación se ha mantenido hasta la actualidad. Dada la metodología, empleada para este trabajo de

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
	JERARQUÍA: ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	muele, cocina y fermenta para obtener esta bebida típica.	investigación, es un atractivo turístico que está caracterizado pero no jerarquizado.
Mirador puerta de palo	UBICACIÓN: Colta CATEGORÍA: Sitio Natural TIPO: Montaña SUBTIPO: Colina JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: Alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: En proceso de deterioro	También denominado Pungu pala, es una de las montañas más altas de la parroquia Columbe, en ella se pueden observar más de 20 comunidades, existen muchas historias que lo hacen más enigmático a este atractivo. Se puede desarrollar actividades como: caminatas, camping, fotografías e interpretación ambiental. Temporalidad de acceso todo el año.	Este atractivo se ha visto alterado por la presencia de basura, lo que impide el acceso al mismo. Pese a esto mantiene la jerarquía II.
Vertiente Puzurumi	UBICACIÓN: Colta CATEGORÍA: Sitio Natural TIPO: Ambiente Lacustre SUBTIPO: Vertiente JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: Alterado	También denominado el baño de los demonios, está ubicado en la parroquia Columbe, cuenta la leyenda que en las madrugadas aparecían mujeres desnudas a bañarse y que un joven denominado chusalongo las conquistaba. Se puede realizar actividades como interpretación ambiental y fotografía.	El entorno de este atractivo se observa deteriorado por la presencia de basura, además el sendero para acceder se encuentra en mal estado y la localidad no le da importancia que debe a este lugar debido a que en la actualidad las lavanderas del lugar la utilizan para esta actividad, por estos motivos baja de jerarquía de II a I.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
	ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: En proceso de deterioro		
Viviendas ancestrales	UBICACIÓN: Colta CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Etnografía SUBTIPO: Arquitectura vernácula JERARQUÍA: ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: Alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	Estas casas antiguas son hechas de una masa de barro (arcilla y arena) mezclada con paja, crin de caballo moldeada en forma de ladrillo y secada al sol, de paredes anchas, piso de tierra y cubierta de teja o paja. En estas formas de construcción se guardan tradiciones y costumbres de convivencia ancestral. Se puede realizar recorridos para conocer estas costumbres y tradiciones.	En la actualidad se utiliza muy poco esta técnica de combinar adobe con paja para la construcción de viviendas, ahora más bien se la utiliza construir bodegas o establos de ganado mayor o menor. Esta técnica es parte del patrimonio material intangible.
Piedra de moler	UBICACIÓN: Colta CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Etnografía SUBTIPO: Artesanías, tejidos, indumentaria JERARQUÍA: ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: Alterado	La piedra de moler está construida de roca caliza y tallada a mano para darle forma hueca, este instrumento se utiliza para la obtención de un grano limpio o la elaboración de harinas, la técnica es de coger al grano aun en la cáscara y fregarlo contra la piedra de esta manera se extrae el barbecho, para separarlo se lanza desde un metro y medio de altura para el que el viento se encargue de limpiarlo, en la actualidad existen máquinas como la	Este instrumento en la actualidad se la utiliza muy poco debido a que en la actualidad existen máquinas como la trilladora y el molino. Este instrumento es parte del patrimonio material intangible.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
	ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: En proceso de deterioro	trilladora que obtienen el grano de forma más rápida y sin mucho esfuerzo.	
Camino de los ancestros	UBICACIÓN: Colta CATEGORÍA: Sitio Natural TIPO: Montaña SUBTIPO: Colina JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	Es un camino de tercer orden ubicado en una colina en la comunidad del Troje en la parroquia Columbe, que mide 400 metros de largo y 2 metros de ancho, denominado así porque hace 500 años lo utilizaban los pobladores de los lugares aledaños como un atajo para llevar noticias, ganado, vestimenta, etc. a la feria de Tzalarón. Se puede realizar actividades como caminatas, fotografías e interpretación ambiental.	Esta colina es de gran importancia para la localidad cercana ya que en ella se realiza rituales de sanación y curación, los pobladores la han conservado como parte del legado para las futuras generaciones. Mantiene la jerarquía II.
Juegos tradicionales	UBICACIÓN: Colta, Riobamba y Penipe CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Etnografía SUBTIPO: Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares JERARQUÍA: ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: Alterado	Existen juegos como atrapa la gallina, el conejo, el rumiuirpi, el cushillu, la ruleta, los cocos, etc. donde participan todos los que desean divertirse, convivir y valorar la amistad. Costumbre que ha sido transmitida año tras año en eventos sociales, de los ancianos a los jóvenes de las localidades.	Manifestación cultural del patrimonio intangible dada la metodología, empleada para este trabajo de investigación, es un atractivo turístico que está caracterizado pero no jerarquizado.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
	ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado		
Nevado los Altares	UBICACIÓN: Penipe CATEGORÍA: Sitio Natural TIPO: Montaña SUBTIPO: Glaciares JERARQUÍA: III ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	Denominado Altar, Collanes o Cápac Urco, es un volcán ya extinto, cuya caldera está colapsada en varios picos dispuestos en forma de herradura, que se abre hacia el Valle de Collanes; en su cráter está la Laguna Amarilla, cobijada por un espectacular manto helado de glaciares colgantes. Se encuentra ubicado dentro del Parque Nacional Sangay, en el sector este de la cordillera Oriental, este volcán presenta un clima bastante inestable, con fuertes tormentas provenientes del amazonas, se pueden realizar actividades como: tracking, camping, observación de flora y fauna, fotografía, entre otros.	Las rutas de acceso se encuentran debidamente señalizadas para orientar e informar. Mantiene su jerarquía III.
Río Tarau	UBICACIÓN: Penipe CATEGORÍA: Sitio Natural TIPO: Ríos SUBTIPO: Cascadas JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	Es una vertiente proveniente de los páramos del Parque Nacional Sangay, el caudal es estable con agua cristalina, existe gran cantidad de trucha, las actividades que se pueden realizar son: pesca deportiva, interpretación ambiental y fotografía.	El atractivo se encuentra conservado a lo largo de toda la rivera. Los pobladores aledaños al atractivo mantienen un calendario de limpieza y mantenimiento del mismo, mantiene la jerarquía II.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
Laguna de Tazarón	UBICACIÓN: Penipe CATEGORÍA: Sitio Natural TIPO: Ambientes lacustres SUBTIPO: Lagunas JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: Alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: En proceso de deterioro	Esta laguna pertenece al sistema lacustre del Parque Nacional Sangay, se puede ingresar por la parroquia La Candelaria, el agua es cristalina ideal para fotografiar los paisajes, realizar cabalgatas, camping y caminatas.	Esta laguna es una de las más importantes debido a que se puede tener una vista impresionante de los glaciares colgantes de las paredes del Altar, la laguna se encuentra en peligro debido a que por la presencia de basura y material sedimentoso ha provocado que se seque. Mantiene la jerarquía II.
Laguna Hotel	UBICACIÓN: Penipe CATEGORÍA: Sitio Natural TIPO: Ambientes lacustres SUBTIPO: Lagunas JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: Alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: En proceso de deterioro	Esta laguna pertenece al sistema lacustre Parque Nacional Sangay, se puede ingresar por la parroquia La Candelaria, el agua es cristalina ideal para fotografiar los paisajes, realizar cabalgatas, camping y tracking.	Esta laguna está un poco más alejada de la hacienda Releche, la misma que ha provocado que los senderos para su acceso se encuentren en mal estado por los vientos y lluvia, no se da mantenimiento debido al cierre de la hacienda pese a esto mantiene la jerarquía II.
Iglesia Matriz de La Candelaria	UBICACIÓN: Penipe CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Históricas	El diseño de esta iglesia corresponde a diferentes estilos. Su fachada se ubica frente al parque y plazoleta de la parroquia. En su interior se encuentra su patrona la virgen de La	El INPC ha intervenido en este patrimonio para el mejoramiento de la fachada, techo y piso pese a esto mantienen su jerarquía II.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
	SUBTIPO: Arquitectura religiosa JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	Candelaria y santos del sector. En este lugar se puede realizar interpretación del patrimonio cultural y fotografía.	
Iglesia la Dolorosa	UBICACIÓN: Penipe CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Históricas SUBTIPO: Arquitectura religiosa JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: En proceso de deterioro	Se encuentra ubicada en la comunidad del Guso, esta iglesia lleva el nombre en honor a la virgen de la Dolorosa, fue construida hace 63 años, en su interior se encuentra una réplica de la imagen símbolo de las creencias religiosas de las personas del sitio. Fecha de celebración 20 de abril. Se puede realizar interpretación del patrimonio cultural y fotografía.	El INPC ha intervenido en este patrimonio para su mejoramiento y conservación. Mantiene su jerarquía II.
Playas de río Chambo	UBICACIÓN: Penipe CATEGORÍA: Sitio Natural TIPO: Ríos SUBTIPO: Ribera	Para llegar el lugar se debe tomar la vía Penipe – Baños, de ahí mediante una caminata de 500 metros se puede acceder a las playas del río. El tramo que pasa por el sector fluye con	El acceso a las playas del Río Chambo es un poco limitado, ya que los senderos atraviesan propiedades privadas, las aguas del río son color gris oscuro debido a la contaminación por

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
	JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: Alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: En proceso de deterioro	fuerza, aunque no se muestra aguas cristalinas hay la presencia de peces y aves. Actividades que se puede realizar es: observación de flora y fauna, pesca deportiva, disfrute del paisaje y caminatas.	basura y residuos sanitarios de varias poblaciones aledañas al mismo pese a esto mantiene la jerarquía II.
Cascada Quiriquingue	UBICACIÓN: Penipe CATEGORÍA: Sitio Natural TIPO: Ríos SUBTIPO: Cascada JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	Se encuentra ubicada en la parroquia El Altar, en la comunidad de Utuñang, se debe caminar alrededor de cinco minutos por un sendero. La cascada mide alrededor de 30 metros de altura, con agua cristalina, posee flora y fauna nativa. Se puede realizar actividades como: senderismo, interpretación ambiental, camping y observación de aves.	El Río Quiriquingue posee caída impresionante, la misma que ha motivado para que los pobladores del sector cuiden y no contaminen, además han adecuado senderos y señalética para el acceso a la misma. Mantiene la jerarquía II.
Cascada Quinioaqui	UBICACIÓN: Penipe CATEGORÍA: Sitio Natural TIPO: Ríos SUBTIPO: Cascada JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado	Está ubicada en la parroquia El Altar cerca de la entrada a la hacienda El Paraíso, se puede acceder en vehículo, tiene aproximadamente una altura de 40 metros, posee dos caídas. Aquí se puede realizar actividades como: senderismo, fotografía, observación de flora y fauna.	El acceso a este atractivo se lo puede realizar en auto, no existen restricciones pero es necesario comunicar al presidente de la comunidad para que le den el servicio de guía por el atractivo. Mantiene la jerarquía.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
	ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado		
Iglesia Matriz del cantón Penipe	UBICACIÓN: Penipe CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Históricas SUBTIPO: Arquitectura religiosa JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	El diseño de esta iglesia corresponde a diferentes estilos. La fachada se ubica frente al parque. En su interior se encuentra su patrón y cuadros en óleo de Jesús, la Virgen María y San José, posee bancas talladas en madera. La iglesia es utilizada para efectuar cualquier tipo de ceremonias religiosas. En este lugar se puede realizar interpretación del patrimonio cultural y fotografía.	El INPC ha intervenido para su mantenimiento y mejoramiento tanto de la fachada como el piso pese a esto mantiene la jerarquía II.
Volcán Tungurahua	UBICACIÓN: Penipe CATEGORÍA: Sitio Natural TIPO: Montañas SUBTIPO: Volcanes JERARQUÍA: IV ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	El volcán Tungurahua es uno de los volcanes más activos de nuestro país, actualmente se encuentra en fase eruptiva de media intensidad. En las noches despejadas se observa en el cráter incandescencias y eventualmente grandes bloques de piedra que son expulsados por los flancos del volcán. Tiene una altura 5.016 m.s.n.m, 14 km. de diámetro y un cráter de 183 m de ancho. El volcán forma parte del PNS. Se pueden realizar actividades como caminata, camping,	El volcán Tungurahua se encuentra en continuo monitoreo por su actividad eruptiva por tal motivo para acceder a este sitio es necesario contar con un guía especializado, en la actualidad se encuentra prohibido el ascenso al mismo, debido a que se encuentran en mal estado las rutas de acceso, pese a esto mantiene la jerarquía IV.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
		observación de flora y fauna, fotografía, excursionismo, entre otras.	
Licor de manzana y durazno	UBICACIÓN: Penipe CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Etnografía SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas JERARQUÍA: ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: Alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	Desde la antigüedad, cuando se comenzaron a realizar actividades agrícolas, la gente ha realizado licor casero para tomarlo y también para disfrutarlo en todos los eventos y festivales. En algunos textos se registra que desde antes del siglo IV se fabricaba licor con cereales y frutales para presentarlo como ofrenda a los ancestros, pidiendo la suerte y la abundancia en la cosecha, licor que después se bebía acompañado de cantos y bailes. En la actualidad existe en la parroquia de Bayushig la industria de Nutrilam, que elabora estos productos quien los vende y distribuye en todo el país.	Esta bebida tradicional se la realizaba desde la antigüedad en cada una de las viviendas de los pobladores, conocimiento que es transmitido a los descendientes desde que se recoge los frutos hasta el proceso de fermentación. Mantiene la jerarquía. Manifestación cultural del patrimonio intangible dada la metodología, no se jerarquiza.
Tortillas de piedra	UBICACIÓN: Penipe CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Etnografía SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas JERARQUÍA: ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	Las tortillas en piedra son muy fáciles de preparar y siempre fueron tradicionales en Penipe. Los ingredientes para preparar este plato son: 1 libra de harina de maíz amarillo tostada, 1 libra de queso rallado, 80 gr de mantequilla, 2 huevos, agua cantidad necesaria, sal al gusto, y un poco de aceite para cocinarlas. Son asadas en piedra laja, o en su falta, la plancha o una sartén a temperatura media. Se pueden degustar y comprar todos los días preferiblemente en las tardes en las afueras de la cabecera cantonal.	Esta expresión culinaria de las tortillas de maíz asadas en piedra es parte del patrimonio cultural de Penipe, patrimonio que también tradiciones o expresiones vivas heredadas de antepasados y transmitidas a sus descendientes. Manifestación cultural del patrimonio intangible dada la metodología, no se jerarquiza.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
<p>Comunidades Indígenas Kichwa</p>	<p>UBICACIÓN: Colta, Riobamba y Penipe CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Etnografía SUBTIPO: Grupo Étnico JERARQUÍA: ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: Alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado</p>	<p>Esta nacionalidad está asentada a lo largo de la sierra ecuatoriana, inclusive en otras regiones del Ecuador, debido a movimientos migratorios. En la provincia están vinculados por el idioma kichwa, y porque comparten un territorio que se les fue desapropiado en tiempos de la colonia española, por una misma cosmovisión en relación al territorio y al universo. La población mayoritariamente se dedica a la agricultura y al comercio. El pueblo Puruwa aún practica la medicina natural, tanto para curar como para limpiar desequilibrios energéticos, utiliza animales para diagnosticar el estado de salud y acostumbran a bañarse en las cascadas como tratamiento para curar los nervios; a más de utilizar estos medios para mantener la salud, también hacen uso de la medicina alopática. Conservan su vestimenta (poncho de lana u orlón con rayas y sombrero amestizado en los hombres, las mujeres el anaco de paño poliéster o casimir sujetado con faja o chumbi, bayeta o rebozo sujetado al pecho con collares y con pulseras). Las fiestas indígenas de este grupo más importantes son Reyes, Carnaval, Semana Santa, Corpus Christi, Difuntos, etc.</p>	<p>Pese a que existido problemas como: pérdida de la identidad cultural, aculturación, migración, pobreza, etc., existen comunidades kichwas que mantienen bien arraigada sus conocimientos y costumbres, y siguen transmitiendo ese saber de generación en generación.</p>

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
Morocho de Sal	<p>UBICACIÓN: Colta, Riobamba y Penipe</p> <p>CATEGORÍA: Manifestación Cultural</p> <p>TIPO: Etnografía</p> <p>SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas</p> <p>JERARQUÍA:</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado</p>	<p>Es un plato tradicional de las localidades de los cantones Colta, Riobamba y Penipe, donde el ingrediente principal el maíz duro y seco, que se muele en un molino artesanal. Actividades que se realiza: preparación y degustación de este plato.</p>	<p>Manifestación cultural del patrimonio intangible. Dada la metodología, empleada para este trabajo de investigación, es un atractivo turístico que está caracterizado pero no jerarquizado.</p>
Choclos o habas con queso	<p>UBICACIÓN: Colta, Riobamba y Penipe</p> <p>CATEGORÍA: Manifestación Cultural</p> <p>TIPO: Etnografía</p> <p>SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas</p> <p>JERARQUÍA:</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado</p>	<p>Es un plato tradicional de las localidades de los cantones Colta, Riobamba y Penipe, donde el ingrediente principal, es el maíz suave o las habas tiernas y el queso fresco, los mismos que se los sirven cocinados en agua sal. Actividades que se realiza: preparación y degustación de este plato.</p>	<p>Manifestación cultural del patrimonio intangible. Dada la metodología, empleada para este trabajo de investigación, es un atractivo turístico que está caracterizado pero no jerarquizado.</p>

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
Ají de queso	<p>UBICACIÓN: Colta, Riobamba y Penipe</p> <p>CATEGORÍA: Manifestación Cultural</p> <p>TIPO: Etnografía</p> <p>SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas</p> <p>JERARQUÍA:</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado</p>	Es un plato tradicional de las localidades de los cantones Colta, Riobamba y Penipe, y sirve como acompañante de platos fuertes o de las tortillas de piedra, donde el ingrediente principal el ají rocoto y el queso fresco. Actividades que se realiza: preparación y degustación de este palto.	Manifestación cultural del patrimonio intangible. Dada la metodología, empleada para este trabajo de investigación, es un atractivo turístico que está caracterizado pero no jerarquizado.
Caldo de Gallina criolla	<p>UBICACIÓN: Colta, Riobamba y Penipe</p> <p>CATEGORÍA: Manifestación Cultural</p> <p>TIPO: Etnografía</p> <p>SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas</p> <p>JERARQUÍA:</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado</p>	Es un plato tradicional de las localidades de los cantones Colta, Riobamba y Penipe, es un plato fuerte que tiene como ingrediente principal la gallina criolla. Actividades que se realiza: preparación y degustación del plato típico.	Manifestación cultural del patrimonio intangible. Dada la metodología, empleada para este trabajo de investigación, es un atractivo turístico que está caracterizado pero no jerarquizado.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
Papas con Cuy	<p>UBICACIÓN: Colta, Riobamba y Penipe</p> <p>CATEGORÍA: Manifestación Cultural</p> <p>TIPO: Etnografía</p> <p>SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas</p> <p>JERARQUÍA:</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado</p>	<p>Es un plato tradicional de las localidades de los cantones Colta, Riobamba y Penipe, es un plato fuerte, donde el ingrediente principal es el cuy asado y papas cocinadas con salsa de maní. Actividades que se realiza: preparación y degustación del plato típico.</p>	<p>Manifestación cultural del patrimonio intangible. Dada la metodología, empleada para este trabajo de investigación, es un atractivo turístico que está caracterizado pero no jerarquizado.</p>
Hornado con chiriucho	<p>UBICACIÓN: Riobamba</p> <p>CATEGORÍA: Manifestación Cultural</p> <p>TIPO: Etnografía</p> <p>SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas</p> <p>JERARQUÍA:</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado</p>	<p>Es un plato tradicional de las localidades de los cantones Colta, Riobamba y Penipe, es un plato fuerte, donde el ingrediente principal es el cerdo asado y mote, acompañado de una hoja de lechuga con chiriucho, ingrediente que es preparado en base a cebolla blanca, tomate de carne, cilantro, limón y ají a más de chicha tierna. Actividades que se realiza: preparación y degustación del plato típico.</p>	<p>Manifestación cultural del patrimonio intangible. Dada la metodología, empleada para este trabajo de investigación, es un atractivo turístico que está caracterizado pero no jerarquizado.</p>

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
RPF Chimborazo	UBICACIÓN: Riobamba CATEGORÍA: Sitio Natural TIPO: Sistema de Áreas Protegidas SUBTIPO: Reserva de Producción Faunística JERARQUÍA: IV ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	Se trata de un área protegida de altura, constituida mayoritariamente por páramos. Cuenta con el Volcán Chimborazo la montaña más alta del Ecuador y su vecino, el Carihuairazo, ambos ubicados en el corazón mismo del área. Los deshielos de estas elevaciones originan los diversos riachuelos que abastecen de agua a las subcuencas de los ríos Ambato, Chambo y Chimbo. Fue creada el 26 de Octubre de 1987. Cubre un área de 58.560 hectáreas. La temperatura oscila entre -3 a 14 °C. Se puede realizar actividades como observación de flora y fauna, fotografía, interpretación ambiental, caminatas, senderismo, escalada y andinismo.	Esta área protegida, fue creada para la protección y salvaguardia de la flora y fauna, esta provista de senderos, guías especializados y el acceso es libre. Mantiene la jerarquía IV.
Granja Guaslán	UBICACIÓN: Riobamba CATEGORÍA: Sitio Natural TIPO: Realizaciones técnicas y científicas SUBTIPO: Explotaciones agropecuarias JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	Es una Granja Agropecuaria, que alberga un importante número de especies menores como conejos, cuyes, gansos, chanchos y ganado mayor como: vacas lecheras, además se producen cultivos como el maíz, col, coliflor, lechuga, acelga, arveja, alfalfa morada y papas. El paisaje que podemos apreciar en el recorrido es acogedor, ya que la granja tiene un ambiente de tranquilidad y descanso. Se puede realizar actividades como: observación de flora y fauna, actividades de agricultura y ganadería, fotografía y senderismo. Además	Esta granja agropecuaria fue creada para que los productores del sector tengan un lugar de aprendizaje para mejorar la producción agropecuaria y manejar los servicios de alimentación y guianza para los turistas, con la intervención del MAGAP se ha mejorado los senderos y la señalética, pese a esto mantiene la jerarquía II.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
		oferta los servicios de alimentación, hospedaje, transporte y guianza.	
Quebrada de Chalán	UBICACIÓN: Riobamba CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Histórico SUBTIPO: Sitios de Arqueológicos y Paleontológico JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	La quebrada de Chalán es uno de los sitios paleontológicos más interesantes del país. En ella se han encontrado varios fósiles de fauna pleistocénica, pero no se la ha dado mucha importancia. En 1871, Wolf reconoce varios fósiles, como el mastodonte, un caballo extinto y un armadillo. Ahora son expuestos en el Museo de Ciencias Naturales en Quito. Las actividades que se pueden realizar son: investigación científica, interpretación ambiental, caminatas y fotografía.	Este sitio paleontológico se encuentra bien conservado, posee vías de acceso de tercer orden, la señalética se encuentra en mal estado, pese a estos percances mantiene la jerarquía II.
Cerro Tulabug	UBICACIÓN: Riobamba CATEGORÍA: Sitio Natural TIPO: Montañas SUBTIPO: Cerro JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	Este cerro está ubicado en la parroquia Licto, cantón Riobamba, es considerado sagrado para las poblaciones cercanas, llama mucho la atención por su forma cónica perfecta. Se puede realizar actividades como: senderismo, camping, mirador y fotografía.	Este cerro es muy vistoso dentro de la parroquia de Licto, Pungalá y San Luis. Se puede acceder por vías de segundo orden, mantiene la jerarquía II.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
Bizcochos de Leña	UBICACIÓN: Riobamba CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Etnografía SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas JERARQUÍA: ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	Hace cincuenta años se comenzó a producir los bizcochos en la parroquia Licto. La elaboración es en forma artesanal, para la preparación de los bizcochos se requiere de harina, margarina, azúcar, levadura, anís, huevos y sal, posteriormente se los mezcla para formar la masa y se los ubica en trozos pequeños en latas de aluminio para llevarlos al horno de leña hasta que tengan la consistencia de galleta.	Manifestación cultural del patrimonio intangible. Dada la metodología, empleada para este trabajo de investigación, es un atractivo turístico que está caracterizado pero no jerarquizado.
Templo de la Iglesia Matriz San Juan Bautista de la parroquia de Punín	UBICACIÓN: Riobamba CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Históricas SUBTIPO: Arquitectura religiosa JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: Alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: En proceso de deterioro	Se encuentra en la matriz de la parroquia Punín, fue construida el 3 de febrero de 1903, es una iglesia que posee varios estilos, en ella se encuentra varios santos como: el Señor del Calvario, el corazón de Jesús, San José, Virgen del Carmen y Dolores, además se encuentra una antiquísima piedra bautismal, es por eso que se encuentra dentro de los inventarios del INPC. Este lugar representa la fe católica de la población de Punín con su patrono San Juan Bautista,	Esta edificación histórica se encuentra en mal estado por efectos de tiempo y el clima. En la actualidad el INPC ha empezado el proceso de recuperación y mantenimiento del patrimonio. Mantiene la jerarquía II.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
Museo de Punín	UBICACIÓN: Riobamba CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Históricas SUBTIPO: Museo JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	Antes era el convento parroquial, hoy museo, data del siglo XVIII, el museo guarda vestigios de restos fosilizados de animales de la época pleistocena de la quebrada de Chalán. También se puede observar varios cuadros de pintura en óleo de la época colonial de carácter religioso. El museo no está abierto al público, pero si hay como acceder con la autorización del párroco.	Todo el patrimonio material se encuentra en buen estado pero no se encuentran bien distribuidos y manejados dentro del museo, pese a esto no existe un intérprete que dé a conocer el valor de estos bienes, pese a esto mantiene la jerarquía II.
Feria de Tzalarón	UBICACIÓN: Riobamba CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Acontecimientos programados SUBTIPO: Feria JERARQUÍA: II ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	Esta feria se realiza los días viernes en la comunidad de Tzalarón, que pertenece a la zona alta de Punín. Aquí llegan personas de varias comunidades a intercambiar productos (trueque) del mismo valor, además se comercializa productos alimenticios y animales en su mayoría.	En la actualidad con la intervención del gobierno nacional ha mejorado su accesibilidad a esta feria de gran importancia para las comunidades cercanas, lo que permitido mejorar sus condiciones de salubridad y cuidado del mismo, mantiene la jerarquía.
Granja Agroecológica	UBICACIÓN: Riobamba CATEGORÍA: Sitio Natural	La granja se ubica en el Sector las Llaglas, en la parroquia San Luis, se encuentra dividida por dos áreas, una de producción y otra	Esta granja agropecuaria fue creada para que los productores del sector tengan un lugar aprenden a la producción de productos

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
El sendero del ensueño	<p>TIPO: Realizaciones técnicas y científicas</p> <p>SUBTIPO: Explotaciones agropecuarias</p> <p>JERARQUÍA: II</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: Alterado</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: En proceso de deterioro</p>	<p>turística ocupada por los servicios de alimentación, hospedaje y sala de eventos. La producción se la realiza con conocimientos ancestrales, con la finalidad de obtener productos agroecológicos.</p>	<p>agropecuarios. Poseen servicios básicos y servicios turísticos. Mantiene la jerarquía II.</p>
Leyendas y Mitos	<p>UBICACIÓN: Riobamba, Colta y Penipe</p> <p>CATEGORÍA: Manifestación Cultural</p> <p>TIPO: Etnografía</p> <p>SUBTIPO: Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares</p> <p>JERARQUÍA:</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado</p>	<p>Leyendas como: el duende, Virgen de la Nieves, el hombre de la hacienda, el cura sin cabeza, doña loma, la dama tapada, la loca viuda, la dama de la quebrada seca, el chuzalongo; mitos como: el raspar de la gallinas, el canto de las aves, la aparición de espíritus, forman parte de las localidades para establecer miedo o respeto por las personas mayores o adultas.</p>	<p>Manifestación cultural del patrimonio intangible. Dada la metodología, empleada para este trabajo de investigación, es un atractivo turístico que está caracterizado pero no jerarquizado.</p>

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN Y TEMPORALIDAD DE ACCESO	VALIDACIÓN
Centro Histórico Riobamba	UBICACIÓN: Riobamba CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Históricas SUBTIPO: Arquitectura urbana y religiosa JERARQUÍA: III ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: Alterado ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO: Conservado	El centro histórico de Riobamba, Sultana de Los Andes, encontramos varios parques e iglesias. Las monumentales obras arquitectónicas que conforman el Patrimonio Artístico Nacional de Riobamba son sus edificaciones históricas construidas en la época colonial. Entre estas se encuentran el edificio del municipio, del museo de la ciudad, el edificio del Colegio Maldonado, el del SRI, etc. En los museos de la ciudad se muestran el arte religioso y constituye una de las joyas históricas, culturales y de tradición religiosa de la Antigua Riobamba. Presenta gran número de esculturas, lienzos, mobiliario, objetos de orfebrería de los siglos XVII y XVIII, además contienen piezas arqueológicas que corresponden a las culturas prehispánicas del Ecuador. Las plazas de la Concepción, San Alfonso, San Francisco, Santa Rosa, La Condamine, la calle Guayaquil, la 10 de Agosto que complementan el patrimonio cultural de la ciudad.	El centro histórico de la ciudad de Riobamba es uno de los lugares con más historia de la época colonial, en la actualidad la mayoría de los atractivos se encuentran en buen estado y se puede acceder con facilidad. Mantiene la jerarquía III.

b. Matriz de sistematización de atractivos turísticos

MATRIZ DE SISTEMATIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
CALSIFICACIÓN			
	CATEGORIZACIÓN	CANTIDAD DE ATRACTIVOS	PORCENTAJE
CLASIFICACIÓN	SITIOS NATURALES	16	31
	MANIFESTACIONES CULTURALES	30	69
	TIPO		
	AMBIENTES LACUSTRES	4	9
	ETNOGRAFÍA	19	40
	HISTÓRICAS	10	21
	ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	2	4
	MONTAÑAS	5	11
	RÍOS	3	9
	REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS	2	4
	SISTEMA DE ÁREAS PROTEGIDAS	1	2
	SUBTIPO		
	LAGUNAS	3	6
	MANIFESTACIONES RELIGIOSAS TRADICIONES Y CREENCIAS POPULARES	3	6
	ARTESANÍAS, TEJIDOS, INDUMENTARIA	3	6
	SITIOS ARQUEOLÓGICOS	2	4
	FERIAS	2	4
	ARQUITECTURA RELIGIOSA	7	15
	COMIDAS Y BEBIDAS TÍPICAS	10	21
	ARQUITECTURA VERNÁCULA	1	2
	VERTIENTES	1	2
	COLINAS	2	4
	GLACIARES	1	2
	RIBERAS	1	2
	CASCADA	2	4
	VOLCANES	1	2
	GRUPOS ÉTNICOS	1	2
	EXPLORACIONES AGROPECUARIAS	2	4
CERROS	1	2	
MUSEOS COLONIALES	1	2	

MATRIZ DE SISTEMATIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
CALSIFICACIÓN			
	CATEGORIZACIÓN	CANTIDAD DE ATRACTIVOS	PORCENTAJE
	ARQUITECTURA CIVIL Y RELIGIOSA	1	2
	RESERVA DE PRODUCCIÓN FAUNÍSTICA	1	2
ESTADO DE CONSERVACIÓN	NO ALTERADO	30	64
	ALTERADO	17	36
ESTADO DEL ENTORNO	CONSERVADO	33	70
	EN PROCESO DE DETERIORO	14	30
	DETERIORADO	0	0
JERARQUÍA	I	1	2
	II	23	51
	III	4	9
	IV	2	4
	SIN JERARQUIZACIÓN (Manifestaciones culturales del patrimonio intangible)	16	34
VALIDACIÓN	MANTIENEN LA JERARQUÍA	28	83
	CAMBIAN LA JERARQUÍA	2	4

Los atractivos turísticos de mayor relevancia natural y cultural que se encuentran dentro de las zonas de intervención del MAGAP, son 46, el 69% se encuentran clasificados dentro las manifestaciones culturales, y el 31% son sitios naturales. De acuerdo al tipo mayoritariamente corresponden a etnografías, y el de subtipo está en relación al ámbito de comidas y bebidas típicas. La mayoría de atractivos en su estado de conservación no se encuentran alterados en un 64%, el estado del entorno también es aceptable ya que el 70% se encuentra conservado.

La jerarquía que más prevalece es la II con un 72%, pero también existen atractivos de jerarquía III y IV, también se encuentran manifestaciones culturales del patrimonio intangible que no se jerarquizan con un 13%. Después del proceso de validación se encontró que 28 atractivos turísticos mantienen la jerarquía y 2 cambian, esto se debe a que se encuentra alterado el atractivo y entorno.

c. Infraestructura turística

El análisis de la infraestructura turística está basado en la cobertura existente en servicios básicos y accesibilidad, tanto hacia los atractivos turísticos así como para las zonas de intervención del MAGAP.

Cuadro N° 24. Infraestructura turística

INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA									
CANTÓN	PARROQUIA	MEDIDA	SERVICIOS BÁSICOS				ACCESIBILIDAD		
			COBERTURA EN VIVIENDA				COBERTURA EN VÍAS		
			AGUA ENTUBADA DENTRO DE LA VIVIENDA	SERVICIO ELÉCTRICO	SERVICIO HIGIÉNICO/SANAMIENTO	SERVICIO TELEFÓNICO	PRIMER ORDEN	SEGUNDO ORDEN	TERCER ORDEN
Colta	Villa la Unión	Porcentaje en relación al total de viviendas	80	100	50	50	30	50	20
	Juan de Velasco		50	100	50	50	20	70	10
	Santiago de Quito		50	100	50	60	50	10	40
	Columbe		80	100	50	45	65	15	20
	Cañi		50	100	45	75	30	60	10
Riobamba	San Luis		65	100	62	70	55	15	30
	Pungalá		60	100	60	68	10	70	20

INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA									
CANTÓN	PARROQUIA	MEDIDA	SERVICIOS BÁSICOS				ACCESIBILIDAD		
			COBERTURA EN VIVIENDA				COBERTURA EN VÍAS		
			AGUA ENTUBADA DENTRO DE LA VIVIENDA	SERVICIO ELÉCTRICO	SERVICIO HIGIÉNICO/SANAMIENTO	SERVICIO TELEFÓNICO	PRIMER ORDEN	SEGUNDO ORDEN	TERCER ORDEN
	Licto	Porcentaje en relación al total de viviendas	75	100	75	60	50	30	20
	Flores		80	100	75	73	50	30	20
	Quimiag		80	100	50	50	45	10	45
	Cacha		75	100	50	45	65	15	20
	Calpi		75	100	65	75	75	15	10
	San Juan		65	100	64	73	55	15	30
	Punín		60	100	60	68	10	70	20
	Penipe		La Matriz	75	100	75	60	45	15
Matus	82	100	71	62	40	45	15		
Bayushig	83	100	50	50	45	30	25		
El Altar	69	100	73	68	20	50	30		
La Candelaria	72	100	65	63	50	25	25		
Puela	68	100	52	72	56	35	14		
Bilbao	64	100	53	63	40	19	41		
TOTAL SUMA:			1458	2100	1245	1300	906	694	505
TOTAL POCENTAJE:			69	100	59	62	43	33	24

El análisis de infraestructura turística existente en los cantones Colta, Riobamba y Penipe, revela que todas las parroquias poseen el servicio de energía eléctrica en sus viviendas, el suministro de agua entubada es de un 69% lo que significa que no existe gran cobertura hacia todas las parroquias. La parroquia Cañi que es la más alejada del cantón Colta, posee apenas el 50% este servicio de agua entubada, el saneamiento de las parroquias es de apenas un 59% lo que muestra que aún no existe un buen manejo de los residuos sólidos y líquidos, la telefonía fija en las viviendas es de un 62%. De acuerdo a esta información los tres cantones aún necesitan ampliar la cobertura del servicio de agua potable, saneamiento y telefonía. Con respecto a la cobertura vial, hacia los atractivos turísticos así a las zonas de intervención del MAGAP, se puede indicar que existen vías en buen estado que son primer orden en su mayoría (43%), sin embargo los lugares alejados de las parroquias necesitan de más atención ya que en verano se dificulta el acceso por las vías de tercer orden.

d. Análisis de la planta turística

El análisis de la planta turística está basado en la cobertura existente de alojamiento, alimentación, operación, recreación y transporte, tanto en los atractivos turísticos así como en las zonas de intervención del MAGAP.

Cuadro N° 25. Planta turística

NO.	PARROQUIA	ESTABLECIMIENTOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS																			TOTAL	
		ALOJAMIENTO							ALIMENTACIÓN				OPERACION		RECREACIÓN		TRANSPORTE		Frec. Absoluta	Frec. Relativa		
		CATEGORÍA					Frec. Abs	Frec. Relat	CATEGORÍA				Frec. Abs	Frec. Relat	Frec. Abs	Frec. Relat	Frec. Abs	Frec. Relat				
		I	II	III	IV	OTC			I	II	III	IV										
1	Villa la Unión		3	5	2		10	5	1	5	10	1	8	4	1	1	1	1	5	2	25	13
2	Juan de Velsco				2		2	1		3	5	2	10	5					2	1	14	7
3	Santiago de Quito			3	1		4	2			3	1	4	2					5	2	13	6
4	Columbe					2	2	1		2	2		4	2					5	2	11	5
5	Cañi										1		1	1					1	1	2	2
6	San Luis		1	1	3		5	2		3	5		8	4					2	1	15	7
7	Pungalá			1	1		2	1			3		3	1					2	1	7	3
8	Licto				1		1	1			2		1	1					2	1	4	3
9	Flores			2	1		3	1			3		3	1					2	1	8	3
10	Quimiag			2	1		3	1			4		4	2					2	1	9	4
11	Cacha			4	1	1	6	3		1	4	2	7	3					1	1	14	7
12	Calpi			3	1	2	6	3		1	5	1	7	3			1	1	5	1	19	8
13	San Juan			4	1	1	6	3			5	1	6	3					5	1	17	7
14	Punín				1		1	1			2	0	2	1					1	1	4	3
15	Riobamba	12	24	30			66	33	5	20	35	15	75	38	43	21	36	18	15	7	235	117
16	La Matriz		2	1			3	1		1	5	1	7	3			2		2	1	14	5
17	Matus			2	1	1	4	2		1	2	1	4	2					1	1	9	5
18	Bayushig				2		2	1			2	1	3	1					1	1	6	3
19	El Altar			1	2		3	1		1	3	1	4	2					1	1	8	4

NO.	PARROQUIA	ESTABLECIMIENTOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS																		TOTAL		
		ALOJAMIENTO					ALIMENTACIÓN				OPERACION		RECREACIÓN		TRANSPORTE							
		CATEGORÍA					Frec. Abs	Frec. Relat	CATEGORÍA				Frec. Abs	Frec. Relat	Frec. Abs	Frec. Relat	Frec. Abs	Frec. Relat	Frec. Absoluta	Frec. Relativa		
		I	II	III	IV	OTC			I	II	III	IV										
20	La Candelaria		1	1			2	1		1	2	3	5	2					1	1	8	4
21	Puela			1	1		2	1		1	2	5	8	4					3	1	13	6
22	Bilbao				1		1	1			1	1	2	1					3	1	6	3
TOTAL		12	31	61	23	7	134	66	6	40	106	36	176	86	44	22	40	20	67	31	461	225
TOTAL EN %		29					38							10		9		15		100		

La planta turística existente en los cantones Colta, Riobamba y Penipe, muestran una cobertura total de 461 establecimientos prestadores de servicios turísticos, los cuales el 29% es de alojamiento, el 38% es de alimentación, el 10% de recreación, el 9% de operación y 15 % de transporte. En el servicio de alojamiento el 46% y 23% de establecimientos corresponden a categorías de III y II respectivamente, en el servicio alimentación el 60% de establecimientos son de categoría III. Los establecimientos prestadores de los servicios de operación y recreación se encuentran en su mayoría en el cantón Riobamba. La cobertura en el servicio de transporte existe para todos los cantones tanto para los atractivos turísticos, así como para las zonas de intervención del MAGAP.

e. Análisis de involucrados

MATRIZ DE INVOLUCRADOS					
INSTITUCIÓN	ROLES	RECURSOS Y MANDATOS	ÁMBITOS DE INTERVENCIÓN	INTERÉS EN LOS PROYECTOS	CONFLICTOS POTENCIALES
MAGAP	Desarrollar proyectos de manejo de los recursos agropecuarios de forma sostenible.	R1 Político R2 Económico R3 Capacidad de gestión. M1 Contribuir al progreso de las actividades agropecuarias para el mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Proyectos productivos. ➤ Infraestructura agropecuaria. ➤ Proyectos para el crecimiento sostenible de la producción del sector. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Regular, normar, facilitar, controlar, y evaluar la gestión de la producción agrícola, ganadera, acuícola y pesquera. ➤ Facilitar infraestructura agropecuaria. ➤ Promover acciones que permitan el desarrollo rural y propicien el crecimiento sostenible de la producción y productividad del sector. ➤ Garantizar la seguridad alimentaria del país, el crecimiento y desarrollo equitativo, generando valor agregado con rentabilidad económica, equidad social, sostenibilidad ambiental e identidad cultural. 	Descoordinación en el cumplimiento de acciones para el mejoramiento de la producción agropecuaria.
GAD PROVINCIAL DE CHIMBORAZO	Desarrollar proyectos de manejo de recursos naturales,	R1 Político R2 Económico	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recursos Naturales 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Facilitar infraestructura turística ➤ Mejorar vías de acceso 	Descoordinación en el cumplimiento de acciones en el área del turismo.

MATRIZ DE INVOLUCRADOS

INSTITUCIÓN	ROLES	RECURSOS Y MANDATOS	ÁMBITOS DE INTERVENCIÓN	INTERÉS EN LOS PROYECTOS	CONFLICTOS POTENCIALES
	sectores productivos, salud, infraestructura social y turística.	R3 Capacidad de gestión M1 Velar por el bienestar y desarrollo sócio – económico de la provincia de Chimborazo	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Proyectos productivos ➤ Vialidad ➤ Infraestructura social y turística ➤ Salud ➤ Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Manejo de Recursos Naturales (recuperación de cuencas y subcuencas, reforestación, capacitación) ➤ Capacitación en el sector turístico. ➤ Diseño de nuevos productos turísticos. 	
GAD CANTONAL	<p>Desarrollar proyectos de manejo de recursos naturales.</p> <p>Planificar, programar y proyectar las obras públicas.</p> <p>Mejorar los servicios públicos.</p> <p>Apoyar a la población local en diferentes proyectos de salud, educación y turismo.</p>	R1 Político R2 Económico R3 Capacidad de gestión M1 Atender con eficiencia, eficacia y economía las necesidades del cantón para contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de sus habitantes	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Políticas turísticas ➤ Planificación turística ➤ Coordinación turística ➤ Regulación y Norma Turística ➤ Promoción turística ➤ Fomento y desarrollo ➤ Capacitación turística ➤ Obras públicas ➤ Servicios públicos ➤ Salud 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón. ➤ Planificar, construir y mantener la vialidad urbana. ➤ Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental ➤ Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y 	Descoordinación en el cumplimiento de acciones en el área del turismo.

MATRIZ DE INVOLUCRADOS

INSTITUCIÓN	ROLES	RECURSOS Y MANDATOS	ÁMBITOS DE INTERVENCIÓN	INTERÉS EN LOS PROYECTOS	CONFLICTOS POTENCIALES
			<ul style="list-style-type: none"> ➤ Educación 	<p>construir los espacios públicos para estos fines.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaborar y administrar los catastros inmobiliarios urbanos y rurales. ➤ Facilitar infraestructura turística ➤ Capacitación en el área turística ➤ Ordenanzas municipales relacionadas al turismo. ➤ Catastro de servicios turísticos urbanos y rurales. 	
GAD PARROQUIAL	Desarrollar actividades productivas para articular las comunidades que integran la parroquia.	R1 Político R2 Económico R3 Capacidad de gestión M1 Velar por el bienestar de las comunidades que conforman la parroquial	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Políticas turísticas ➤ Planificación turística ➤ Coordinación turística ➤ Regulación y Norma Turística ➤ Promoción turística ➤ Infraestructura básica ➤ Vialidad ➤ Salud 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificar y mantener coordinación con el gobierno provincial y cantonal. ➤ Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente. 	Descoordinación en el cumplimiento de acciones en el área del turismo.

MATRIZ DE INVOLUCRADOS

INSTITUCIÓN	ROLES	RECURSOS Y MANDATOS	ÁMBITOS DE INTERVENCIÓN	INTERÉS EN LOS PROYECTOS	CONFLICTOS POTENCIALES
			<ul style="list-style-type: none"> ➤ Educación 		
<p>MINISTERIO DE TURISMO REGIONAL SIERRA CENTRO (MINTUR)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desarrollar proyectos y programas turísticos. ➤ Dinamizar la actividad turística local a través de la generación de empleo y el incremento de ingresos en función del mejoramiento de la calidad de vida de la población. 	<p>R1 Político R2 Económico R3 Capacidad de gestión M1 Fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, posicionando el turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental del Ecuador</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Políticas turísticas. ➤ Infraestructura turística. ➤ Regulación de prestadores de servicios turísticos. ➤ Capacitación y actualización a los servidores turísticos. ➤ Promoción ➤ Financiamiento para la ejecución de proyectos turísticos. ➤ Marco legal del turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Evaluar los proyectos de infraestructura turística. ➤ Vigilar por el desarrollo turístico. ➤ Promocionar al país como destino turístico. ➤ Impulsar el desarrollo turístico mediante la ejecución de programas de promoción turística. ➤ Regular los hoteles, restaurantes y establecimientos de expendio de alimentos y bebidas, en cuanto a preparación, calidad y precio. ➤ Orientar a los miembros de las organizaciones comunitarias en todo lo relativo al desarrollo turístico de las diferentes zonas. ➤ Formar, actualizar y capacitar a todas las personas que realizan 	<p>Descoordinación en el cumplimiento de acciones en el área del turismo.</p>

MATRIZ DE INVOLUCRADOS

INSTITUCIÓN	ROLES	RECURSOS Y MANDATOS	ÁMBITOS DE INTERVENCIÓN	INTERÉS EN LOS PROYECTOS	CONFLICTOS POTENCIALES
				<p>actividades vinculadas al sector turístico con el fin de lograr que la actividad turística la realicen con el mejor nivel de preparación posible.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cursos de emprendimiento para la formación de microempresas turísticas. ➤ Capacitación en guías especialistas y guías nativos. ➤ Financiamiento para la ejecución de proyectos turísticos. ➤ Promoción de rutas turísticas. 	
<p>MINISTERIO DEL AMBIENTE DISTRITO REGIONAL (MAE)</p>	<p>Es la instancia rectora, coordinadora y reguladora del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión Ambiental.</p>	<p>R1 Político R2 Económico R3 Capacidad de gestión R4 Humano M1 Ejercer en forma eficaz y eficiente el rol de autoridad</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recursos naturales. ➤ Normas de manejo ambiental. ➤ Calidad ambiental. ➤ Biodiversidad 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recopilar la información de carácter ambiental, como instrumento de planificación, de educación y control. ➤ Proponer normas de manejo ambiental y evaluación de impactos ambientales. 	<p>Descoordinación en el cumplimiento de acciones en el área de reforestación y manejo ambiental.</p>

MATRIZ DE INVOLUCRADOS

INSTITUCIÓN	ROLES	RECURSOS Y MANDATOS	ÁMBITOS DE INTERVENCIÓN	INTERÉS EN LOS PROYECTOS	CONFLICTOS POTENCIALES
	<p>Diseñar las políticas ambientales y coordinar las estrategias, los proyectos y programas para el cuidado de los ecosistemas y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales.</p> <p>Proponer y definir las normas para conseguir la calidad ambiental adecuada, con un desarrollo basado en la conservación y el uso apropiado de la biodiversidad y de los recursos con los que cuenta el país.</p>	<p>ambiental nacional, rectora de la gestión ambiental del Ecuador, garantizando un ambiente sano y ecológicamente equilibrado</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Manejo de cuencas hídricas. ➤ Capacitaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Promover la participación de las comunidades en la formulación de políticas y en acciones concretas que se adopten para la protección del medio ambiente y manejo racional de los recursos naturales. ➤ Capacitación en guías naturalistas. ➤ Otorgar licencia ambiental. 	

1. Análisis de la demanda

Las estadísticas turísticas a nivel nacional en forma general y local (provincia) en lo particular, no registran porcentajes históricos de viajes por motivos específicos de agroturismo. Los datos reflejan motivaciones diversas, es decir viajes multipropósito en los cuales se combinan las actividades de ecoturismo, agroturismo y turismo comunitario (MINTUR - Barómetro turístico, 2014). En tal virtud, y dado que el número de turistas nacionales que recorren el país con mayor frecuencia es superior a la demanda internacional, el presente estudio se enfoca en los turistas nacionales pues se encontró mayor cabida en este mercado, por su ubicación geográfica, diversidad de actividades, intensidad de repetición, frecuencia de viaje. Este particular no pretende desplazar a la demanda extranjera, puesto que el producto turístico puede ir captando éste mercado en forma paulatina a medida que se va posicionando.

En base a lo acotado anteriormente, se identificó un solo segmento de mercado, el mismo que para establecer el diseño muestral se dividió en tres estratos:

- Demanda local: corresponde a los turistas y/o excursionistas de la provincia de Chimborazo.
- Turistas nacionales que provienen de la ciudad de Quito y,
- Turistas nacionales que provienen de la ciudad de Guayaquil.

La técnica empleada para el estudio de mercado es la encuesta, la misma que se usa como instrumento para la obtención de información, la cual fue elaborada con preguntas cerradas relacionadas con las características sociográficas, psicográficas y motivacionales de la población. Las encuestas fueron aplicadas en el período del 11 al 17 de noviembre del 2013, en las ciudades de Guayaquil, Quito y la provincia de Chimborazo en terminales y universidades ya que son considerados como los lugares de mayor afluencia en cada ciudad.

A continuación se determinan los perfiles demográficos, socioeconómicos y turísticos de cada estrato del segmento de mercado:

a. Provincia de Chimborazo

1) Perfil del turista nacional de la provincia de Chimborazo

- **Edad:** El rango de edad que comprende entre los 26 a 35 años es el más elevado con el 40%, seguido del 31% entre el rango de 18 a 25 años y el restante entre 36 a 45 años.
- **Género:** El género de la demanda no muestra diferencias significativas y está constituido tanto por mujeres (51%) como por hombres (49%).
- **Nivel de instrucción:** El nivel de instrucción está liderado por los estudios superiores en un 65%.
- **Ocupación:** Corresponde a estudiantes un 34%, seguido por los empleados públicos y privados en un 30 y 29 % respectivamente.
- **Acompañantes:** Los viajes se realizan en mayor porcentaje en familia con un 68%.
- **Número de acompañantes:** El número de personas con las que se realizan los viajes es de 3 a 4 personas con 43% seguido por el rango de 5 a 6 en un 38%.
- **Aceptación:** La aceptación de los circuitos agroturísticos se encuentra en un 98%.
- **Tiempo de duración:** El tiempo de duración de los recorridos en los circuitos agroturísticos es de un día en un 44% y de 5 a 6 horas el 39 %.
- **Organización viaje:** La organización viaje se realiza en un 93% por su propia cuenta.
- **Servicios a ofertar:** Los servicios que se desea recibir mientras se realizan los recorridos son alimentación en un 32%, guianza en un 21% y en menor porcentaje el de transporte con un 18%.

- **Actividades a realizar:** Las actividades que les gustaría realizar por orden de preferencia son: paseo a caballo en un 16%, visita a sitios naturales y convivencia comunitaria (14%), y en menor porcentaje pesca deportiva, visita a granjas integrales, visita a huertos y ciclismo.
- **Capacidad de pago:** La capacidad de pago por persona al día está entre \$20,00 a \$40,00 en un 79%.
- **Medios de información:** Los medios utilizados para informarse de los lugares de destino con mayor frecuencia son: el internet con un 44%, amigos/familiares en un 35%, y en menor porcentaje la radio y televisión además de los puntos de información.
- **Frecuencia de viaje:** La frecuencia de viaje corresponde a una vez al año en un 52% y 2 veces un 33%.

b. Ciudad de Quito

1) Perfil del turista nacional de la ciudad de Quito

- **Edad:** Los turistas tienen una edad comprendida entre los 18 a 25 años en un 58%, seguido con un 27% en las edades entre 26 a 35 años.
- **Género:** El género de la demanda no demuestra diferencias significativas y está constituido tanto por mujeres (58%) como por hombres (42%).
- **Nivel de instrucción:** En cuanto al nivel de instrucción está liderado por los estudios superiores en un 55% y secundaria con un 40%.
- **Ocupación:** Corresponde en su mayoría a estudiantes en un 38%, seguido de empleados privados en un 30% y empleados públicos en un 27%.
- **Acompañantes:** En familia con un 59% y en amigos(as) en un 29%.

- **Número de acompañantes:** El número de personas con las que viajan es de 3 a 4 con el 47% y de 5 a 6 en un 33%.
- **Aceptación:** La aceptación de los circuitos agroturísticos se encuentra en un 97%.
- **Tiempo de duración:** El tiempo de duración de permitido para los circuitos agroturísticos es de 2 días en un 45%, un día en un 33% y 3 días o más en un 12%.
- **Organización viaje:** El viaje se realiza en un 77% por cuenta propia mientras que el 23% restante se realiza a través operadoras o agencias de viaje.
- **Servicios a ofertar:** Dentro de los servicios que se desea recibir mientras se realizan los recorridos están: alimentación en un 28%, hospedaje en un 22%, guianza en un 20% y en iguales porcentajes el servicio de transporte y venta de artesanías en un 15%.
- **Actividades a realizar:** Las actividades que les gustaría realizar son visita a atractivos naturales en un 16%, pesca deportiva en un 15%, visita a centros culturales en un 14%, igual porcentaje convivencia comunitaria y paseo a caballo 12%, un 11% ciclismo y la visita a granjas integrales un 9%.
- **Capacidad de pago:** Los turistas están dispuestos a pagar por persona entre \$20,00 a \$40,00 en un 61% y de \$50,00 a \$70,00 en un 16% por los servicios y actividades recibidas durante el recorrido.
- **Medios de información:** Los medios que se utiliza para informarse de los lugares de destino con mayor frecuencia es el internet en un 46%, la radio/televisión en un 22% en igual porcentajes por medio de puntos de información turística y a través de amigos/familiares en un 14%.
- **Frecuencia de salidas:** La frecuencia de salidas de vacaciones al año es de una vez en un 41%, 3 veces en un 33% y 2 veces en un 26%.

c. Ciudad de Guayaquil

1) Perfil del turista nacional de la ciudad de Guayaquil

- **Edad:** El rango de edad que comprende entre los 26 a 35 años es el más elevado con el 47%, el 26% están el rango de 18 a 25 años, con menor porcentaje entre 36 a 45 años con el 24%.
- **Género:** El género con mayor porcentaje es el femenino en un 57%, mientras que el género masculino posee un 43%.
- **Nivel de instrucción:** En el nivel de instrucción está liderado por los estudios superiores en un 56%, seguido de la secundaria con un 38%.
- **Ocupación:** La ocupación está liderada por empleados privados en un 47%, seguido por la de empleados públicos en un 24% y estudiantes en un 22%.
- **Acompañantes:** Los viajes se realizan en mayor porcentaje en familia con un 69%, en pareja en un 16%, mientras que entre amigos y solo, en menor porcentaje.
- **Número de acompañantes:** El número de personas con las que se realizan los viajes es de 3 a 4 personas con 43%, de 5 a 6 en un 34%, entre 1 y 2, y más de 7 en menor porcentaje.
- **Aceptación:** La aceptación de los circuitos agroturísticos para el posible cliente se encuentra en un 100%.
- **Tiempo de duración:** El tiempo de duración de los recorridos en los circuitos agroturísticos es de dos días 52% y 43% un día.
- **Organización viaje:** La organización del viaje se realiza en un 96% por cuenta propia, mientras que el 4% lo realizan a través de operadoras o agencias de viaje.

- **Servicios a ofertar:** Los servicios que se desean recibir mientras se realizan los recorridos son hospedaje en un 29%, guianza en un 22%, en menor porcentaje la alimentación en un 20%, y en menor porcentaje el transporte y la venta de productos de la zona.
- **Actividades a realizar:** Las actividades que les gustaría realizar en orden de preferencia es el paseo a caballo entre un 21%, seguido por la visita a sitios naturales en un 17% posteriormente con un 12% la visita a huertos, y en menores porcentajes actividades como convivencia comunitaria, visita a granjas integrales, visita a granjas avícolas, visita a centros culturales, pesca deportiva y ciclismo.
- **Capacidad de pago:** La capacidad de pago por persona al día comprende entre \$20,00 y \$40,00 en un 74%.
- **Medios de información:** Los medios que utilizan para informarse de los lugares de destino con mayor frecuencia son amigos o familiares con un 52%, seguido por internet con un 37%, y en menores porcentajes están puntos de información turística, operadora o agencia de viajes, guías de viajes, y radio y televisión.
- **Frecuencia de salidas:** La frecuencia de salidas al año es de una vez en un 53%, 2 veces en un 35% y 3 veces en un 12%.

2. Confrontación oferta – demanda

a. Proyección de la oferta

La proyección de la oferta se realizó a partir del número de turistas que visitaron la provincia de Guayas en el año 2014, que de acuerdo a la proyección reflejada en el Plan Maestro de Turismo del Gobierno Provincial del Guayas (GADPG) es de 362366 turistas, a esto se suma el número de turistas que visitaron la provincia de Tungurahua en el año 2014, de acuerdo al ITUR del GADPT es de 461865 turistas.

Para calcular la afluencia de turistas en las provincias del Guayas y Tungurahua se tomaron los datos porcentuales proporcionados por el MINTUR (Barómetro Turístico 2014), en el cual se indica que la demanda nacional que viaja a estas zonas en un 10% lo hace por actividades de ecoturismo; el 2,5% por turismo comunitario y un 0,3 específicamente por agroturismo. Los valores porcentuales indicados fueron sumados para establecer de forma adecuada el porcentaje de demanda que consume productos turísticos integrales y similares a los que se pretenden poner en el mercado (rutas agroturísticas que vinculan ecoturismo, turismo comunitario y agroturismo), el porcentaje asciende al 12,8%.

Realizado el cálculo, el número de turistas que constituyen la oferta de Guayas y Tungurahua es de 105501.

Por consiguiente se consideró la competencia con mayor trayectoria en el mercado, ofertando productos vinculados a turismo comunitario, ecoturismo y agroturismo con una cobertura en diferentes provincias del país especialmente en Chimborazo, Tungurahua y Guayas, las mismas que son: PURUHA RAZURKU que es de 214 pax, MAQUITA CUSHUNCHIC COMERCIALIZANDO COMO HERMANDOS que es de 720 pax y CTC PATULOMA – SALASACA que es de 480 pax, para el año 2014.

En tal virtud la oferta actual - competencia correspondiente es de 106915 turistas, se utilizó la fórmula de incremento compuesto para cinco años y un índice de incremento anual del 6,5%, según el MINTUR 2014, obteniendo el siguiente resultado:

Cuadro N° 26. Proyección de la oferta

AÑO A PROYECTAR	COMPETENCIA
AÑO	i = 6,5%
2015	129148
2016	137543
2017	146483
2018	156004
2019	166144
2020	176944

b. Proyección de la demanda

El universo de estudio corresponde a la suma de la población media alta y media baja típica de los estratos B y C de la provincia de Chimborazo con un crecimiento del 1,4% en el crecimiento poblacional, la ciudad de Guayaquil con 3,8 % y Quito con un 4,3% obteniendo el siguiente resultado:

Cuadro N° 27. Proyección de la demanda

AÑO A PROYECTAR	DEMANDA CHIMBORAZO	DEMANDA QUITO	DEMANDA GUAYAQUIL	DEMANDA TOTAL
	i = 1,4%	i = 4,3%	i = 3,8%	
2015	162559	863818	893939	1920316
2016	164834	900963	927909	1993706
2017	167142	939704	963169	2070015
2018	169482	980111	999770	2149363
2019	171855	1022256	1037761	2231872
2020	174261	1066213	1077196	2317670

1) Cálculo de la demanda potencial

El universo de estudio corresponde a 2317670 turistas de la población media alta y media típica de los estratos B y C de la provincia de Chimborazo y las ciudades de Guayaquil y Quito, de estos el 98% de la demanda local, el 97% de la ciudad de Quito, y el 100% de la ciudad de Guayaquil están interesados en la implementación de una ruta agroturística, en la provincia de Chimborazo en torno a los sistemas de producción agrícola, pecuaria y piscícola, generando una demanda potencial de turistas anuales.

A partir de la demanda potencial correspondiente a 2317670 turistas se utilizó la fórmula del incremento compuesto para cinco años y un índice de crecimiento del 6,5 % que fue el porcentaje de incremento de turistas al país en el 2014 de acuerdo al MINTUR, obteniendo el siguiente resultado:

Cuadro N° 28. Proyección de la demanda

AÑO A PROYECTAR	DEMANDA CHIMBORAZO	DEMANDA QUITO	DEMANDA GUAYAQUIL	DEMANDA POTENCIAL TOTAL
	98,00%	97,00%	100,00%	
2015	159307	837904	893939	1891150
2016	161538	873934	927909	1963380
2017	163799	911513	963169	2038481
2018	166093	950708	999770	2116570
2019	168418	991588	1037761	2197767
2020	170776	1034227	1077196	2282198

La demanda para la ruta de agroturismo en torno a los sistemas de producción agrícola, pecuaria y piscícola proyectada para el año 2020 sería de 2282198 turistas.

2) Cálculo de la demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha se hizo la confrontación entre la demanda potencial y la oferta. En tal virtud la proyección realizada es la siguiente:

Cuadro N° 29. Cálculo de la demanda insatisfecha

AÑO A PROYECTAR	DEMANDA POTENCIAL PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA (COMPETENCIA)	DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA
2015	1891150	129148	1762002
2016	1963380	137543	1825838
2017	2038481	146483	1891998
2018	2116570	156004	1960566
2019	2197767	166144	2031622
2020	2282198	176944	2105254

La proyección expresa un incremento del 16% para el año 2020 correspondiente a 2105254 turistas.

3) Cálculo de la demanda objetivo

Para determinar la demanda objetivo se consideró, la demanda que recibe la competencia con mayor trayectoria en el mercado PURUHA RAZURKU que es de 214 pax, MAQUITA CUSHUNCHIC COMERCIALIZANDO COMO HERMANDOS que es de 720 pax y CTC PATULOMA – SALASACA que es de 480 pax al año; se determinó el 3% para el cálculo de la demanda objetivo, dado que es un porcentaje que permite albergar de acuerdo a la capacidad instalada existente dentro de la ruta y que por tanto beneficiaría a los cantones de Colta, Riobamba y Penipe además de las zonas de intervención de intervención del MAGAP. En tal virtud se realizó el siguiente cálculo:

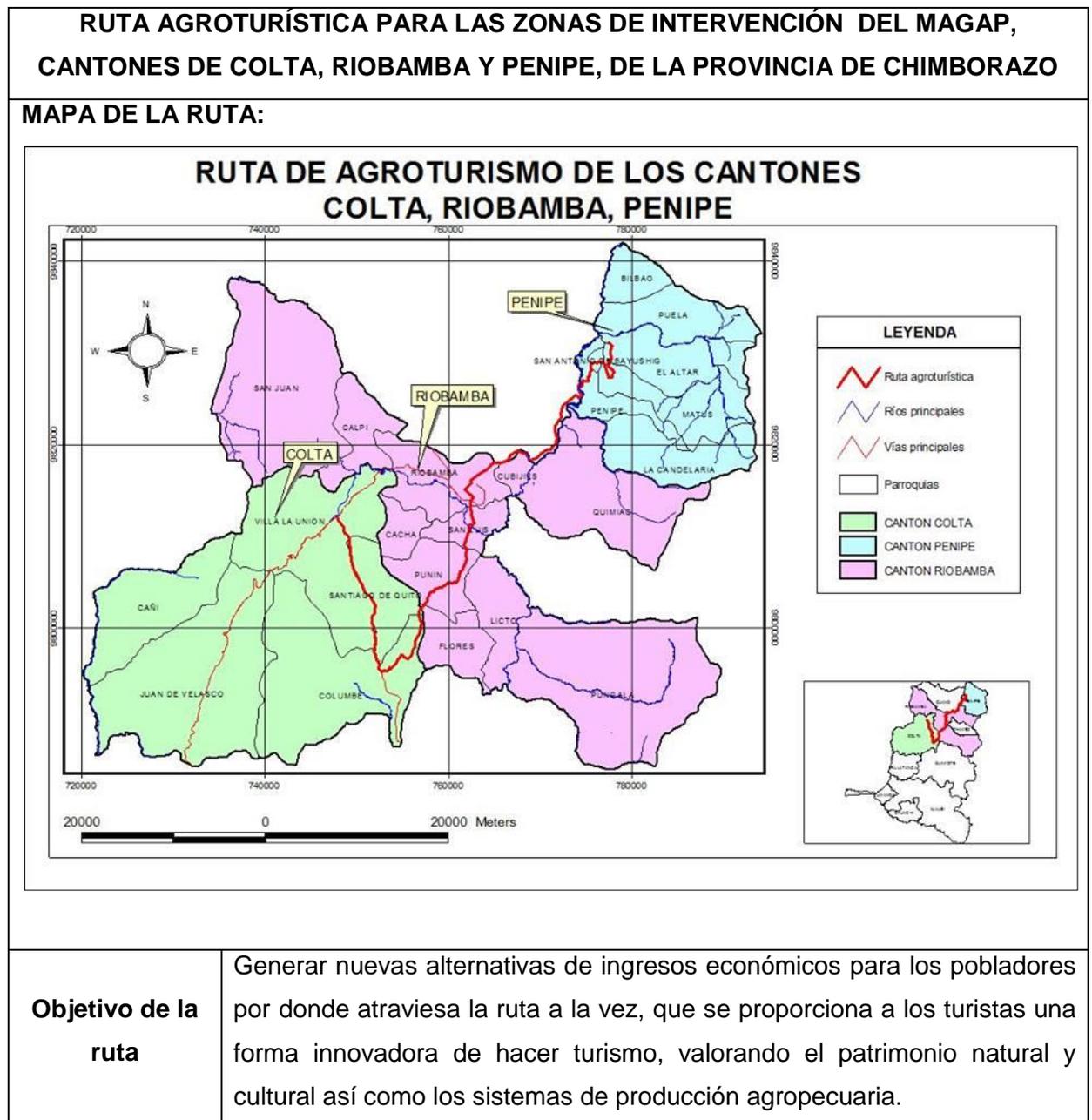
Cuadro N° 30. Cálculo de la demanda objetivo

AÑO A PROYECTAR	DEMANDA POTENCIAL PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA (COMPETENCIA)	DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA	DEMANDA OBJETIVO PROYECTADA 3%
2015	1891150	129148	1762002	529
2016	1963380	137543	1825838	548
2017	2038481	146483	1891998	568
2018	2116570	156004	1960566	588
2019	2197767	166144	2031622	609
2020	2282198	176944	2105254	632

De acuerdo a las proyecciones la demanda objetivo que se espera captar para el año 2020 es de 632 pax, en tal virtud se debe trabajar en propuestas estratégicas para atraer a este número significativo de turistas hacia las zonas con oferta de agroturismo.

C. DISEÑO TÉCNICO DE LA RUTA DE AGROTURISMO

1. Ruta agroturística para las zonas de intervención MAGAP, cantones de Colta, Riobamba y Penipe de la provincia de Chimborazo.



<p>Concepto de la ruta</p>	<p>Los cantones Colta, Riobamba y Penipe son zonas donde se destaca la actividad agropecuaria, como parte fundamental de la vida diaria de su población ya que genera en gran porcentaje los alimentos necesarios en la canasta básica diaria de la demanda nacional.</p> <p>Los cantones Colta, Riobamba y Penipe, cuentan con gran potencial para desarrollar la actividad agroturística ya que mantienen sus tradiciones y costumbres en torno a las actividades agropecuarias, esto se debe a que el 48% de este territorio se encuentra cultivado por hortalizas, legumbres, cereales, frutales, pastizales, entre otros, además de una buena producción pecuaria, conjugan para que exista una riqueza productiva, permitiendo que sus pobladores conserven sus tradiciones y costumbres, rituales, convivencia comunitaria, enfocados en el respeto y valorización de la Pacha Mama.</p> <p>La ruta propone un recorrido por zonas productivas, visitando el patrimonio cultural así como atractivos naturales, y sobre todo una convivencia con la gente, que serán integrados en actividades sobre la producción agropecuaria, destacando los productos principales de las zonas que atraviesa la ruta.</p>	
<p>Demanda potencial</p>	<p>La ruta de agroturismo está enfocada a turistas nacionales principalmente de la demanda local de la provincia de Chimborazo y las ciudades de Guayaquil y Quito.</p>	
<p>Potencialidad de la ruta</p>	<p>Atractivos</p>	<p>Jerarquía</p>
	<p>Laguna de Colta Carnaval indígena Artesanías en totora Artesanías en lana Museo histórico del cantón Colta Feria de Colta Iglesia de Balbanera Ruinas de San Francisco</p>	<p>III II II II II III II</p>

Chicha de maíz o jora	
Mirador puerta de palo	II
Vertiente Puzurumi	II
Viviendas ancestrales	
Piedra de moler	
Camino de los ancestros	II
Juegos tradicionales	
Nevado los Altares	III
Río Tarau	II
Laguna de Tazarón	II
Laguna Hotel	II
Iglesia Matriz de La Candelaria	II
Iglesia la Dolorosa	II
Playas de río Chambo	II
Cascada Quiriquingue	II
Cascada Quinioaqui	II
Iglesia Matriz del cantón Penipe	II
Volcán Tungurahua	IV
Licor de manzana y durazno	
Tortillas de piedra	
Comunidades Indígenas Kichwa	
Morocho de Sal	
Choclos o habas con queso	
Ají de queso	
Caldo de Gallina criolla	
Papas con Cuy	
Hornado con chiruicho	
RPF Chimborazo	IV
Granja Guaslán	II
Quebrada de Chalán	III
Cerro Tulabug	II
Bizcochos de Leña	
Templo de la Iglesia Matriz San Juan Bautista de la parroquia de Punín	II

	<p>Museo de Punín</p> <p>Feria de Tzalarón</p> <p>Río Chibunga</p> <p>Granja Agroecológica " El sendero del ensueño"</p> <p>Leyendas y Mitos</p> <p>Centro Histórico de Riobamba</p>	<p>II</p> <p>II</p> <p>II</p> <p>II</p> <p>III</p>
	Actividades	
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Participación en actividades agrícolas, pecuarias y acuícolas principalmente ➤ Observación de flora y fauna ➤ Visita a sitios naturales ➤ Visita a sitios culturales ➤ Senderismo ➤ Fotografía ➤ Caminatas a los sitios sagrados ➤ Participación en rituales andinos ➤ Gastronomía tradicional en base a la producción agropecuaria ➤ Visita y convivencia comunitaria 	
Infraestructura social básica	Los sitios por los cuales atraviesa la ruta poseen 100% de energía eléctrica, el 69% agua entubada, 62% comunicación, 59% cuentan con saneamiento en viviendas, y la accesibilidad en es por vías de primer orden en un 43%.	
Planta turística	Comprende los establecimientos comunitarios inmersos en la ruta que facilitan los servicios de hospedaje, alimentación y recreación.	

a. Paquetes turísticos

Para la operación de la ruta se han elaborado seis paquetes turísticos técnicamente estructurados, que incorporan cada una de las actividades que el estudio de mercado indica de conformidad con la tipología de la demanda, integran la oferta turística actual relacionada con la producción agropecuaria de la zona, así como los atractivos y servicios que se existen en torno a la ruta. A continuación se detallan los paquetes técnicos:

PAQUETE No. 01		
Nombre del paquete: ÑUKANCHI YACHANA ALLPA		
Código: RACRP01	Estilo: Caminata	
Idioma de Guianza: Español	Duración: 2 días	
Recorrido: Riobamba-Colta-Penipe	Carácter: Agroturismo – Descanso	
Mercado Objetivo: Turismo Nacional	Grado de dificultad: Fácil	
	Segmento: Jóvenes, adultos y adultos mayores	
ITINERARIO		
DÍA	HORA	ACTIVIDADES
01	07h00	Concentración y bienvenida en Riobamba
	07h30	Salida a la parroquia Columbe
	08h15	Desayuno en la Comunidad San Martín Alto
	09h30	Recorrido por las granjas integrales del sector
	12h00	Visita al centro artesanal de la comunidad San Martín Alto
	13h00	Almuerzo en la comunidad San Martín Alto
	14h30	Salida a la parroquia Santiago de Quito
	15h00	Visita al malecón de la Laguna de Colta e Iglesia de Balbanera
	16h00	Salida a la ciudad de Riobamba parroquia San Luis
	16h40	Visita a la Granja Integral Guaslán
	19h00	Cena con alimentos tradicionales de la zona
	20h00	Noche cultural
	21h00	Descanso en la Granja Guaslán
02	06h00	Actividad de ordeño de leche
	07h00	Desayuno con alimentos tradicionales de la zona

	09h00	Salida al cantón Penipe parroquia Matus
	10h00	Recorrido por los huertos hortícolas y frutícolas
	13h00	Almuerzo en el centro turístico La Casa de los Abuelos
	14h15	Salida a la parroquia El Altar
	15h00	Recorrido por los huertos frutales
	16h30	Visita a la Industria de lácteos
	18h00	Despedida y retorno a la ciudad de Riobamba
DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE		
El paquete incluye		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hospedaje ➤ Alimentación en base a productos propios de la zona. ➤ Guianza nativa ➤ Material informativo ➤ Souvenirs
El paquete no incluye		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comidas y bebidas extras ➤ Gastos personales ➤ Lo no especificado en el programa
Observaciones		<ul style="list-style-type: none"> ➤ El paquete está diseñado para turistas interesados en la naturaleza, producción agrícola y pecuaria de la zona y sobre todo la convivencia con la gente
Requerimientos		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Documentos personales para el registro de clientes ➤ Ropa abrigada y cómoda (adecuada) ➤ Protector solar ➤ Gafas, gorra ➤ Cámara fotográfica ➤ Otros que el cliente considere necesarios
Normas de comportamiento		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Respeto a la naturaleza y los grupos sociales ➤ No botar basura ➤ No sustraerse flora y fauna de la zona
Prohibiciones para la visita		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Joyas ➤ Objetos de valor que no se hayan registrado ➤ Armas de fuego ➤ Armas corto punzantes ➤ Drogas

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bebidas alcohólicas ➤ Cigarrillos
Facilidades y servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Transporte, alimentación, hospedaje y guianza ➤ Senderos y señalética.

1) Análisis de costos y cálculo del precio

COSTOS Y PRECIOS DEL PAQUETE 01				
<u>Costos Generales</u>	PRECIO USD	3-4pax.	5-6pax.	7-10pax.
Transporte	35,00	70,00	70,00	70,00
Guianza	20,00	40,00	40,00	40,00
Pago de noche cultural	10,00	10,00	10,00	10,00
Total costos generales		30,00	20,00	17,14
<u>Costos Individuales</u>				
Entradas a lugares de visita	0,50	2,00	2,00	2,00
Souvenirs	1,00	1,00	1,00	1,00
Hospedaje	10,00	10,00	10,00	10,00
Alimentación tradicional (3)	3,50	10,50	10,50	10,50
Alimentación tipo menú (2)	2,00	4,00	4,00	4,00
Total costos individuales		27,50	27,50	27,50
Total Costos:		57,50	47,50	44,64
<u>Gastos Administrativos (10%)</u>		5,75	4,75	4,46
Total costos y gastos		63,25	52,25	49,11
<u>Aporte comunitario (20%):</u>		15,81	16,67	13,63
<u>TOTAL</u>		79,00	65,00	61,00

PAQUETE No. 02		
Nombre del paquete: AGROTURISMO “DESCÚBRELO Y VÍVELO”		
Código: RACRP02	Estilo: Caminata y cabalgata	
Idioma de Guianza: Español	Duración: 3 días	
Recorrido: Riobamba-Colta-Penipe-Riobamba	Carácter: Agroturismo – Descanso	
Mercado Objetivo: Turismo Nacional	Grado de dificultad: Fácil	
	Segmento: Jóvenes, adultos, adultos mayores	
ITINERARIO		
DÍA	HORA	ACTIVIDADES
01	07h00	Concentración y bienvenida en Riobamba
	07h30	Salida al Cantón Colta Parroquia Villa la Unión
	08h15	Desayuno en el restaurante Sumak Pakari Cajabamba
	09h30	Recorrido por las granjas integrales del sector
	11h30	Visita al malecón de la Laguna de Colta e Iglesia de Balbanera
	13h30	Almuerzo en la comunidad San Martín Alto
	14h30	Visita a los huertos hortícolas de las comunidades cercanas
	16h30	Tarde cultural
	18h30	Salida a la ciudad de Riobamba, parroquia San Luis
	19h00	Cena
21h00	Descanso en la Granja Guaslán	
02	06h00	Actividad de ordeño de leche
	07h00	Desayuno con alimentos tradicionales de la zona
	08h00	Visita a la granja Guaslán
	10h00	Visita a la parroquia Punín y el Centro de Interpretación Quebrada de Chalán
	12H30	Retorno a la Granja Guaslán
	13h00	Almuerzo en la Granja Guaslán
	14h15	Salida a la ciudad de Riobamba
	15h00	City tour por la ciudad de Riobamba
16h30	Salida al cantón Penipe parroquia La Candelaria	
17h30	Visita al centro artesanal de la parroquia La Candelaria	

	19h30	Cena en el Hospedaje El Refugio del Volcán
	20h30	Noche cultural
	21h30	Descanso en el Hospedaje El Refugio del Volcán
03	07h00	Desayuno tipo menú
	08h00	Cabalgata al Río Tarau
	09h30	Pesca deportiva en el centro turístico Tarau
	12h30	Almuerzo tradicional de la zona
	14h00	Salida a la parroquia de Bayushig
	14h30	Visita a la industria de jugos naturales Nutrilam
	17h00	Despedida y retorno a la ciudad de Riobamba
DESCRIPCIÓN DE PAQUETE		
El paquete incluye	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hospedaje ➤ Alimentación en base a productos propios de la zona. ➤ Guianza nativa ➤ Material informativo ➤ Souvenirs 	
El paquete no incluye	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comidas y bebidas extras ➤ Gastos personales ➤ Lo no especificado en el programa 	
Observaciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El paquete está diseñado para turistas interesados en la naturaleza, productividad agrícola, pecuaria y piscícola de la zona y sobre todo la convivencia con la gente 	
Requerimientos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Documentos personales para el registro de clientes ➤ Ropa abrigada y cómoda (adecuada) ➤ Protector solar ➤ Gafas, gorra ➤ Cámara fotográfica ➤ Otros que el cliente considere necesarios 	
Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Respeto a la naturaleza y los grupos sociales ➤ No botar basura ➤ No sustraerse flora y fauna de la zona 	
Prohibiciones para la visita	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Joyas ➤ Objetos de valor que no se hayan registrado 	

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Armas de fuego ➤ Armas corto punzante ➤ Drogas ➤ Bebidas alcohólicas ➤ Cigarrillos
Facilidades y servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Transporte, alimentación, hospedaje y guianza ➤ Senderos, señalética y centro de interpretación

2) Análisis de costos y cálculo del precio

COSTOS Y PRECIOS DEL PAQUETE 02				
<u>Costos Generales</u>	PRECIO USD	3-4pax.	5-6pax.	7-10pax.
Transporte	35,00	105,00	105,00	105,00
Guianza	20,00	60,00	60,00	60,00
Pago de noche cultural	10,00	10,00	10,00	10,00
Total costos generales		43,75	29,17	25,00
<u>Costos Individuales</u>				
Entradas a lugares de visita	0,50	3,00	3,00	3,00
Souvenirs	1,00	1,00	1,00	1,00
Hospedaje	10,00	20,00	20,00	20,00
Alimentación tradicional (5)	3,50	17,50	17,50	17,50
Alimentación tipo menú (3)	2,00	6,00	6,00	6,00
Total costos individuales		47,5	47,5	47,5
Total Costos:		91,25	76,67	72,50
<u>Gastos Administrativos (10%):</u>		9,13	7,67	7,25
Total costos y gastos		100,38	84,33	79,75
<u>Aporte comunitario (20%):</u>		25,09	21,08	19,94
<u>TOTAL</u>		125,00	105,00	100,00

PAQUETE No. 03		
Nombre del paquete: AGROTURISMO “AVENTURA Y NATURALEZA”		
Código: RACRP03		Estilo: Caminata, cabalgata, ciclismo y pesca deportiva
Idioma de Guianza: Español		Duración: 4 días
Recorrido: Riobamba-Colta-Penipe-Riobamba		Carácter: Agroturismo – Aventura
Mercado Objetivo: Turismo Nacional		Grado de dificultad: Moderado
		Segmento: Jóvenes y adultos
ITINERARIO		
DÍA	HORA	ACTIVIDADES
01	07h00	Concentración y bienvenida en Riobamba
	07h30	Salida al Cantón Colta Parroquia Villa la Unión
	08h15	Desayuno en el restaurante Sumak Pakari Cajabamba
	09h30	Recorrido por las granjas integrales del sector
	12h00	Visita al malecón de la Laguna de Colta e Iglesia de Balbanera
	13h30	Almuerzo en la comunidad San Martín Alto
	14h00	Actividad del procesamiento de la quinua
	16h30	Tarde cultural
	18h00	Salida a la ciudad de Riobamba parroquia San Luis
	19h00	Cena
	21h00	Descanso en la Granja Guaslán
02	06h00	Actividad de ordeño de leche
	07h00	Desayuno con alimentos tradicionales de la zona
	08h00	Visita a la granja Guaslán
	10h00	Visita a la parroquia Cacha y sus atractivos
	13h00	Almuerzo en la comunidad Shilpalá El Mirador
	14h30	Salida al cantón Penipe parroquia La Candelaria
	15h30	Cabalgata a la laguna Hotel
	19h00	Cena en el Hospedaje El Refugio del Volcán
	20h00	Descanso en el Hospedaje El Refugio del Volcán
03	07h00	Desayuno continental
	08h00	Ciclismo al Río Tarau

	09h30	Pesca deportiva en el centro turístico Tarau
	12h30	Almuerzo tradicional de la zona
	14h00	Salida a la comunidad del Guzo
	14h30	Paseo por las riberas del Río Chambo
	17h00	Salida a la ciudad de Riobamba parroquia Calpi
	19h00	Cena en el centro de turismo comunitario San Francisco
	20h00	Descanso en el centro de turismo comunitario San Francisco
04	06h00	Desayuno
	07h30	Visita al nevado Chimborazo
	10h00	Refrigerio
	12h30	Retorno al centro de turismo comunitario Palacio Real
	13h00	Almuerzo tradicional de la zona
	15h00	Visita al centro de turismo comunitario Palacio Real
	18h00	Despedida y retorno a la ciudad de Riobamba
DESCRIPCIÓN DE PAQUETE		
El paquete incluye	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hospedaje ➤ Alimentación en base a productos propios de la zona. ➤ Guianza nativa ➤ Material informativo ➤ Souvenirs 	
El paquete no incluye	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comidas y bebidas extras ➤ Gastos personales ➤ Lo no especificado en el programa 	
Observaciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El paquete está diseñado para turistas interesados en la naturaleza, productividad agrícola, pecuaria y piscícola de la zona y sobre todo la convivencia con la gente 	
Requerimientos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Documentos personales para el registro de clientes ➤ Ropa abrigada y cómoda (adecuada) ➤ Protector solar ➤ Gafas, gorra ➤ Cámara fotográfica ➤ Otros que el cliente considere necesarios 	

Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Respeto a la naturaleza y los grupos sociales ➤ No botar basura ➤ No sustraerse flora y fauna de la zona
Prohibiciones para la visita	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Joyas ➤ Objetos de valor que no se hayan registrado ➤ Armas de fuego ➤ Armas corto punzante ➤ Drogas ➤ Bebidas alcohólicas ➤ Cigarrillos
Facilidades y servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Transporte, alimentación, hospedaje y guianza ➤ Senderos, señalética

3) Análisis de costos y cálculo del precio

COSTOS Y PRECIOS DEL PAQUETE 03				
<u>Costos Generales</u>	PRECIO USD	3-4pax.	5-6pax.	7-10pax.
Transporte	35,00	140,00	140,00	140,00
Guianza	20,00	80,00	80,00	80,00
Pago de noche cultural	10,00	10,00	10,00	10,00
Total costos generales		57,50	38,33	32,86
<u>Costos Individuales</u>				
Entradas a los lugares de visita	0,50	5,00	5,00	5,00
Souvenirs	1,00	1,00	1,00	1,00
Hospedaje	10,00	30,00	30,00	30,00
Alimentación tradicional (5)	3,50	14,00	14,00	14,00
Alimentación tipo menú (6)	2,00	14,00	14,00	14,00
Total costos individuales		64,00	64,00	64,00
Total Costos:		121,50	102,33	96,86
<u>Gastos Administrativos (10%):</u>		12,15	10,23	9,69
Total costos y gastos		133,65	112,57	106,54
<u>Aporte comunitario (20%):</u>		33,41	28,14	26,64
<u>TOTAL</u>		167,00	141,00	133,00

PAQUETE No. 04		
Nombre del paquete: AGROTURISMO EN COLTA		
Código: RACRP04	Estilo: Caminata	
Idioma de Guianza: Español	Duración: 1 día	
Recorrido: Riobamba-Colta-Riobamba	Carácter: Agroturismo	
Mercado Objetivo: Turismo Nacional	Grado de dificultad: Fácil	
	Segmento: Jóvenes, adultos, adultos mayores	
ITINERARIO		
DÍA	HORA	ACTIVIDADES
01	07h00	Concentración y bienvenida en Riobamba
	07h10	Salida al Cantón Colta Parroquia Villa la Unión
	08h00	Desayuno en el restaurante Sumak Pakari Cajabamba
	08h30	Recorrido por las granjas integrales del sector
	12h00	Visita al malecón de la Laguna de Colta e Iglesia de Balbanera
	13h00	Almuerzo en la comunidad San Martín Alto
	14h00	Visita al huerto hortícola y vivero de la comunidad. (Actividad de arado con yunta)
	16h00	Visita a los silos de quinua y observación del procesamiento de quinua.
	18h00	Despedida y retorno la ciudad de Riobamba
DESCRIPCIÓN DE PAQUETE		
El paquete incluye	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alimentación en base a productos propios de la zona. ➤ Guianza nativa ➤ Material informativo ➤ Souvenirs 	
El paquete no incluye	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comidas y bebidas extras ➤ Gastos personales ➤ Lo no especificado en el programa 	
Observaciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El paquete está diseñado para turistas interesados en la naturaleza, productividad agrícola y pecuaria de la zona y sobre todo la convivencia con la gente 	
Requerimientos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Documentos personales para el registro de clientes 	

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ropa abrigada y cómoda (adecuada) ➤ Protector solar ➤ Gafas, gorra ➤ Cámara fotográfica ➤ Otros que el cliente considere necesarios
Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Respeto a la naturaleza y los grupos sociales ➤ No botar basura ➤ No sustraerse flora y fauna de la zona
Prohibiciones para la visita	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Joyas ➤ Objetos de valor que no se hayan registrado ➤ Armas de fuego ➤ Armas corto punzante ➤ Drogas ➤ Bebidas alcohólicas ➤ Cigarrillos
Facilidades y servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Transporte, alimentación y guianza ➤ Senderos y señalética

4) Análisis de costos y cálculo del precio

COSTOS Y PRECIOS DEL PAQUETE 04					
<u>Costos Generales</u>	PRECIO USD	3-4 pax.	5-6pax.	7-10 pax.	Más 10 pax.
Transporte	35,00	35,00	35,00	35,00	60,00
Guianza	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Total costos generales		18,33	11,00	7,86	5,33
<u>Costos Individuales</u>					
Entradas a los lugares de visita	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
Souvenirs	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Alimentación tradicional (1)	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
Alimentación tipo menú (1)	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Total costos individuales		8,00	8,00	8,00	8,00
Total Costos:		26,33	19,00	15,86	13,33
<u>Gastos Administrativos (10%):</u>		2,63	1,90	1,59	1,33
Total costos y gastos		28,97	20,90	17,44	14,67
<u>Fondo comunitario (20%):</u>		7,24	5,23	4,36	3,67
<u>TOTAL</u>		36,00	26,00	22,00	18,00

PAQUETE No. 05		
Nombre del paquete: AGROTURISMO EN RIOBAMBA		
Código: RACRP05	Estilo: Caminata	
Idioma de Guianza: Español	Duración: 1 día	
Recorrido: Riobamba	Carácter: Agroturismo	
Mercado Objetivo: Turismo Nacional	Grado de dificultad: Fácil	
	Segmento: Jóvenes, adultos, adultos mayores	
ITINERARIO		
DÍA	HORA	ACTIVIDADES
01	07h00	Concentración y bienvenida en Riobamba
	07h10	Salida Parroquia San Luis
	08h00	Desayuno en la Granja Guaslán
	08h30	Recorrido por la Granja Guaslán
	11h00	Visita al centro de interpretación de la Quebrada de Chalán
	13h00	Almuerzo tradicional en la Parroquia de Punín
	14h30	Retorno a Riobamba
	15h30	City tour por el centro histórico de Riobamba
	17h00	Despedida
DESCRIPCIÓN DE PAQUETE		
El paquete incluye	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alimentación en base a productos propios de la zona. ➤ Guianza nativa ➤ Material informativo ➤ Souvenirs 	
El paquete no incluye	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comidas y bebidas extras ➤ Gastos personales ➤ Lo no especificado en el programa 	
Observaciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El paquete está diseñado para turistas interesados en la naturaleza, productividad agrícola y pecuaria de la zona y sobre todo la convivencia con la gente 	
Requerimientos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Documentos personales para el registro de clientes ➤ Ropa abrigada y cómoda (adecuada) ➤ Protector solar ➤ Gafas, gorra 	

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cámara fotográfica ➤ Otros que el cliente considere necesarios
Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Respeto a la naturaleza y los grupos sociales ➤ No botar basura ➤ No sustraerse flora y fauna de la zona
Prohibiciones para la visita	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Joyas ➤ Objetos de valor que no se hayan registrado ➤ Armas de fuego ➤ Armas corto punzante ➤ Drogas ➤ Bebidas alcohólicas ➤ Cigarrillos
Facilidades y servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Transporte, alimentación y guianza ➤ Senderos y señalética

5) Análisis de costos y cálculo del precio

COSTOS Y PRECIOS DEL PAQUETE 05					
<u>Costos Generales</u>	PRECIO USD	3-4 pax.	5-6pax.	7-10 pax.	Más 10 pax.
Transporte	35,00	35,00	35,00	35,00	60,00
Guianza	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Total costos generales		18,33	11,00	7,86	5,33
<u>Costos Individuales</u>					
Entradas los lugares de visita	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
Souvnirs	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Alimentación tradicional (1)	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
Alimentación tipo menú (1)	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Total costos individuales		8,00	8,00	8,00	8,00
Total Costos:		26,33	19,00	15,86	13,33
<u>Gastos Administrativos (10%):</u>		2,63	1,90	1,59	1,33
Total costos y gastos		28,97	20,90	17,44	14,67
<u>Fondo comunitario (20%):</u>		7,24	5,23	4,36	3,67
<u>TOTAL</u>		36,00	26,00	22,00	18,00

PAQUETE No. 06		
Nombre del paquete: AGROTURISMO EN PENIPE		
Código: RACRP06	Estilo: Caminata	
Idioma de Guianza: Español	Duración: 1 día	
Recorrido: Penipe	Carácter: Agroturismo	
Mercado Objetivo: Turismo Nacional	Grado de dificultad: Fácil	
		Segmento: Jóvenes, adultos y adultos mayores
ITINERARIO		
DÍA	HORA	ACTIVIDADES
01	07h00	Concentración y bienvenida en Riobamba
	07h10	Salida al cantón Penipe
	08h00	Desayuno en la Parroquia El Altar
	08h30	Recorrido por los huertos frutícolas y florales del sector
	10h00	Visita al centro turístico el rincón de los Abuelos Parroquia Matus
	13h00	Almuerzo en el centro turístico
	14h30	Salida a la parroquia de Bayushig
	15h00	Visita a la industria de jugos naturales Nutrilam
	16h30	Visita a los huertos hortícolas y pesca deportiva de parroquia la Matriz del cantón Penipe
	18h30	Despedida y retorno a la ciudad de Riobamba
DESCRIPCIÓN DE PAQUETE		
El paquete incluye	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alimentación en base a productos propios de la zona. ➤ Guianza nativa ➤ Material informativo ➤ Souvenirs 	
El paquete no incluye	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comidas y bebidas extras ➤ Gastos personales ➤ Lo no especificado en el programa 	
Observaciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El paquete está diseñado para turistas interesados en la naturaleza, productividad agrícola y pecuaria de la zona y sobre todo la convivencia con la gente 	
Requerimientos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Documentos personales para el registro de clientes 	

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ropa abrigada y cómoda (adecuada) ➤ Protector solar ➤ Gafas, gorra ➤ Cámara fotográfica ➤ Otros que el cliente considere necesarios
Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Respeto a la naturaleza y los grupos sociales ➤ No botar basura ➤ No sustraerse flora y fauna de la zona
Prohibiciones para la visita	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Joyas ➤ Objetos de valor que no se hayan registrado ➤ Armas de fuego ➤ Armas corto punzante ➤ Drogas ➤ Bebidas alcohólicas ➤ Cigarrillos
Facilidades y servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Transporte, alimentación y guianza ➤ Senderos, señalética y centros de interpretación

6) Análisis de costos y cálculo del precio

COSTOS Y PRECIOS DEL PAQUETE 06					
<u>Costos Generales</u>	PRECIO USD	3-4 pax.	5-6pax.	7-10 pax.	Más 10 pax.
Transporte	35,00	35,00	35,00	35,00	60,00
Guianza	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Total costos generales		18,33	11,00	7,86	5,33
<u>Costos Individuales</u>					
Entradas los lugares de visita	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
Souvnirs	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Alimentación tradicional (1)	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
Alimentación tipo menú (1)	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Total costos individuales		8,00	8,00	8,00	8,00
Total Costos:		26,33	19,00	15,86	13,33
<u>Gastos Administrativos (10%):</u>		2,63	1,90	1,59	1,33
Total costos y gastos		28,97	20,90	17,44	14,67
<u>Fondo comunitario (20%):</u>		7,24	5,23	4,36	3,67
<u>TOTAL</u>		36,00	26,00	22,00	18,00

2. Estrategias de difusión y comercialización

El MAGAP, el GAD provincial, los GADs cantonales, parroquiales y MINTUR son instituciones públicas que procuran el desarrollo rural, brindan soporte técnico en los diferentes lugares de intervención e innovan sus procesos y gestiones, para el apoyo de nuevas fuentes de empleo. A continuación se muestran las acciones a seguir para posicionar en el mercado la ruta de agroturismo y en las cuales las diferentes instituciones podrían invertir:

a. Canales de distribución

Para el posicionamiento de la ruta de agroturismo se debe utilizar diferentes canales de comercialización:

1) Comercialización directa

Siendo la que menor costo implica, se convierte en uno de los canales más utilizados para la comercialización de productos. Se puede realizar a través de publicidad en ferias comunitarias (o desde la comunidad) y ciudadanas, a través de ventas a diferentes organizaciones, asociaciones y a entidades, procurando cubrir el mercado nacional por medio del internet con una página web y guías de turismo.

2) Comercialización indirecta

Se puede realizar a través de alianzas desde la comunidad hacia entidades turísticas como operadoras y agencias de viajes mediante un pago de comisión y facilitando material promocional.

Para la comercialización indirecta, se deberá elegir adecuadamente los intermediarios turísticos con quienes se relacionará para la venta del producto, considerando para ello: criterios económicos, solvencia, la reputación, los puntos de ventas y tipo de clientela. De igual forma en el proceso de intermediación se debe especificar sus acciones en búsqueda de clientes, estructurar actividades de acuerdo con el perfil del turista, distribuir publicidad y contar con puntos de venta propios o en alianzas en mercados con trayectoria.

3) Estrategia de marketing mix

A partir del perfil del turista se definieron las siguientes estrategias, con base en los componentes del Marketing Mix (producto, precio, plaza, promoción).

a) Estrategias del producto

Estrategia	Caracterización de la estrategia
Articulación de la ruta de agroturismo con productos que ya se encuentran posicionados actualmente en la región.	Por la ubicación de los tres cantones Colta, Riobamba y Penipe la ruta puede articularse con productos como: la Ruta del Tren, y Rutas de bicicletas de montaña en la provincia de Chimborazo diversificando así la oferta existente, donde la ruta de agroturismo propone paquetes que podrían integrar las rutas ya existentes vinculando actividades como convivencia comunitaria, visita a granjas integrales, degustación de la gastronomía local, además de recorridos por los lugares histórico culturales y atractivos naturales, visita a áreas protegidas, de tal modo que se genere mayor interés en la visita.
Producción agroecológica.	Para obtener productos agroecológicos es necesario que desde el momento de escoger la semilla, esta sea la adecuada para que el producto garantice un buen color, tamaño, textura y sabor al momento del consumo, en el proceso de producción procure trabajar con un sistema de producción orgánica y además se socialmente responsable.

Estrategia	Caracterización de la estrategia
	De tal manera que se genere un mecanismo de confianza entre el consumidor y el productor en el momento de la comercialización.
Implementación de un sistema de calidad para la crianza de especies menores dentro de las granjas, bajo criterios de sostenibilidad.	Para implementar una granja integral se debe establecer los períodos de producción pecuaria, compras, alimentación, medicamentos y condiciones de crianza adecuada y ostenten un sistema de calidad. Para lo cual se requiere condiciones como: espacio, suelo, variedad de razas, control sobre enfermedades, etc.
Implementación y mejoramiento de planta y facilidades turísticas en la ruta.	En los sitios de visita es necesario mejorar la infraestructura turística para brindar comodidad, seguridad y calidad en el servicio al turista. Para las facilidades turísticas mejorar los senderos adecuándolos con materiales propios de las zonas, para esto se requiere: pasamanos y gradas, además implementar señalética informativa, descriptiva y orientativa con diseños adecuados como lo indica el manual de señalización turística del MINTUR, para facilitar el acceso a los senderos e informar sobre distancia, ubicación y normas de seguridad.
Generación de productos agropecuarios con valor agregado.	Generar convenios con el MAGAP y JICA para brindar capacitaciones a las PYMES que se encuentran dentro de las zonas de intervención de la ruta de agroturismo, para la generación de productos agropecuarios con valor agregado como: mermeladas, quesos, yogurt, harinas, etc.
Implementación de un sistema de calidad para el procedimiento de la prestación de servicios turísticos que garanticen la oferta del producto.	Se debe establecer un sistema de calidad en los distintos lugares o establecimientos donde se prestan los servicios turísticos de hospedaje, alimentación, transporte y guianza, para lo cual es necesario implementar buenas prácticas de turismo sostenible y contar con manuales de operación para cada uno de los tipos de servicios a ser prestados.

b) Estrategia de precio

Estrategia	Política de funcionamiento
Alianzas estratégicas con operadoras y agencias de viajes.	Instaurar acuerdos con operadoras y agencias de viaje, para acceso a descuentos, gratuidades y promociones por la venta de paquetes. Este proceso se definirá considerando la temporada y el número de clientes, a más de las políticas de negociación que establezcan los intermediarios. Esto permitirá contar con precios competitivos para el emprendimiento turístico y accesibles para el turista.
Establecer precios de venta de acuerdo al tamaño de grupo.	Mantener los rangos de precios por tamaño de grupo, de acuerdo al mercado existente, precios justos a partir de la disponibilidad económica de los clientes.
Precios especiales.	Aplicar incentivos con tarifas especiales por grupos y/o temporada, ofertas en fechas festivas para clientes fijos o reincidentes. Además se establece precios especiales para grupos estudiantiles mayores a 10 pax.

c) Estrategias de plaza

Las estrategias de plaza involucran alianzas con agencias de viajes y operadoras de trayectoria con experiencia en productos relacionados con el ecoturismo, agroturismo, convivencia comunitaria, turismo natural y cultural.

- Instaurar convenios de negocios con operadoras que ya ofertan productos turísticos comunitarios como: Puruhá Razurku, Maquita Cusunchic, Ecole Travel y Tropic Ecological Adventures, ya que son empresas de economía solidaria y económicamente responsables, que elaboran y comercializan paquetes turísticos de calidad, gestionados por organizaciones indígenas de la provincia de Chimborazo, que buscan compartir una experiencia de vida basada en los principios de interculturalidad y en el uso racional de su patrimonio natural y cultural contribuyendo en la economía local. De esta manera generar alianzas entre si definiendo la condición de comisión el volumen de demanda

anual, esto dependerá de varios factores como las necesidades de operación, disponibilidad de pago de la demanda y de la competencia establecida.

- Establecer compromisos de apoyo en las áreas de comercialización justa, mejoramiento de la producción, asesoría y gestión con empresas de trayectoria en el mercado como: MCCH, Sumak Life, El Salinerito, etc.

d) Estrategia de promoción y ventas

Estrategia	Caracterización de la estrategia
Manejo de una marca en publicidad.	Diseñar un logotipo, isotipo y eslogan que se use en todas las herramientas y formas publicitarias, donde se describa la riqueza cultural y natural de los sistemas de producción agropecuaria.
Promociones en centros educativos.	Realizar acercamientos a entidades educativas y ofertar la ruta de agroturismo con promociones de temporada, salidas educativas y paquetes de fin de periodo académico.
Difusión en medios de información.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La oferta se difundirá a través de una página web de Agroturismo en Centro de Promoción Rural (CPR) donde se describa la ruta, contega hipervínculos hacia los paquetes turísticos y contactos. Esta información debe anclarse a la página oficial del MINTUR, mediante un ISSUU por un año. ➤ Difundir la oferta en medios de comunicación como radios locales (Stereo, Andina y Latina y radios nacionales Alegría, Canela y Ecuadoradio), a través de un spot publicitario de la ruta de agroturismo, el mismo que se trasmitirá tres veces al día, por tres meses en la mañana, tarde y noche; en la prensa escrita se publicará un espacio de 10 x 10 los días domingos por tres meses, ofertando la ruta de agroturismo. En medios televisivos se creará un tráiler de un minuto que será trasmitido por TVS o Ecuavisión a nivel local y en Ecuador TV, RTU, TV Telerama a nivel nacional los fines de

Estrategia	Caracterización de la estrategia
	<p>semana en las horas de mayor sintonía por el período de un año.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Fortalecer criterios de calidad en el sistema de operación entre la comunidad y el cliente como estrategia de referencia entre amigos y familiares. ➤ Difusión de la oferta en guías de turismo nacionales como: la Guía Turística del Ecuador (Trafic rank), Transport, o interconectado a el programa Viaja Fácil Ecuador, las mismas que pueden ser financiadas a través de las alianzas con los distintos sectores vinculados en la actividad turística. ➤ Distribución de material promocional como trípticos y dípticos, impresos a full color en papel couché. Se imprimirán 3000 unidades respectivamente y se distribuirán en sitios de afluencia de turistas como terminales terrestres, aeropuertos, ITURs, agencias y operadoras de turismo, etc.
Lanzamiento del producto	Realizar el lanzamiento inaugural de la ruta de agroturismo con la participación del MINTUR, MAGAP, GADs, ESPOCH, COMICH, prestadores de servicios turísticos, organizaciones públicas, agencias y operadoras de turismo.

e) Líneas estratégicas del producto

i. Valor diferencial

La principal característica que diferencia el producto es la base cultural de los sistemas de producción agropecuaria, como eje transversal la prestación de servicios turísticos buscando entre otras cosas:

- Sostenibilidad ambiental, social y económica, mediante prácticas de equidad, respeto y solidaridad con los recursos naturales y culturales respetando los saberes ancestrales.

- Revalorización de las tradiciones y costumbres en base a la producción agropecuaria propias, a través de la convivencia comunitaria.
- Servicios turísticos articulados a otros productos que generan oportunidad a la población con nuevos nichos de empleo.
- Generación de productos agropecuarios de calidad y con precios justos.

3. Estudio legal y administrativo del producto

a. Estructura legal

La operación de la ruta de agroturismo se va a llevar a cabo con las asociaciones comunitarias ya existentes y comunidades asentadas en torno a la ruta, bajo la creación de una Empresa de Economía Popular y Solidaria (ECPS) legalmente estructurada y constituida para asumir la categoría de Centro de Turismo Comunitario amparado en las siguientes normas:

- Constitución la República del Ecuador 2008, Artículos 56-59 de los Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades, 319-320 Formas de organización de la producción y gestión, artículo 404 Patrimonio natural y ecosistemas y en los artículos 283 al 309 donde se establece un sistema económico y social.
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, en el Capítulo I Artículo 2, Formas de organización de la economía popular y solidaria, Título I Sección I Organizaciones del sector comunitario en los artículos 15, 16, 17 y en el Título V Fomento de producción e incentivos en los Artículos 128 al 141.
- Reglamento General de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, en el Título II Formas de organización de la economía popular y solidaria Sección I en los Artículos 2 hasta el 12.
- Ley de turismo, Artículos 1, 3, 4, 7, 8, 9, 12, 20, 33, 58 y 60.
- Reglamento General a la Ley de Turismo, Artículo 43.
- Reglamento General de Actividades Turísticas, Artículo 141, 142, 149 y 151.
- Reglamento para el Registro de Centros Turísticos Comunitarios, Artículos 1, 2, 4, 19.

Las asociaciones y comunidades asentadas en la ruta de agroturismo en los tres cantones que se integran al producto y desean trabajar como empresa de economía popular y solidaria deben adoptar la categoría de centro de turismo comunitario y deberán registrarse en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria y en el Ministerio de Turismo cumpliendo los siguientes requisitos:

1) Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

- **Asamblea Constitutiva:** para constituir las organizaciones sujetas a la ley, se realizará una asamblea constitutiva con las personas interesadas, quienes, en forma expresa, manifestarán su deseo de conformar la organización y elegirán un Directorio provisional integrado por un presidente, un secretario y un tesorero, que se encargarán de gestionar la aprobación del estatuto social y la obtención de personalidad jurídica ante la Superintendencia.
- **Acta Constitutiva:** el acta de la asamblea constitutiva contendrá lo siguiente: lugar y fecha de constitución; expresión libre y voluntaria de constituir la organización; denominación, domicilio y duración; objeto social; monto del fondo o capital social inicial; nombres, apellidos, nacionalidad, número de cédula de identidad de los fundadores; nómina de la Directiva provisional; y, firma de los integrantes fundadores o sus apoderados.
- **Organizaciones comunitarias:** para la personalidad jurídica se debe presentar ante la Superintendencia una solicitud, junto con el acta constitutiva, suscrita al menos por diez miembros fundadores y copia de la cédula de identidad del representante provisional y el certificado de depósito del aporte del fondo social inicial por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social.

2) Secretaría de Pueblos Sociales y Participación Ciudadana

- El reconocimiento jurídico dependen de las atribuciones y competencias ya sean estos emitidos por el MAGAP, CODENPE y MIES; que varían y se diferencian en cada caso.
- Solicitud, dirigida al director de la Secretaría de Pueblos Sociales, firmado por el presidente y secretario.
- Nómina del órgano oficial y representativo de la comuna; donde se exprese la voluntad de conformar una comuna determinando el nombre, sus características culturales, tradiciones o costumbres y ubicación geográfica.
- Reglamento interno, conocido y aprobado por la Asamblea General, certificado por el secretario.
- Requisito indispensable: nómina de los habitantes que radican en la comuna, personas mayores de 16 años, con los siguientes datos: nombres y apellidos completos, edad, estado civil, profesión u ocupación, nacionalidad, número de cédula de identidad, firma o huella digital y que sea no menor a cincuenta comuneros.
- Croquis del ámbito geográfico de la comuna.
- Copia certificada del inventario de bienes colectivos.
- Plan de trabajo, comunitario anual, certificado por el secretario.
- Certificado del Teniente o Jefe político que indique la ubicación y linderación del asentamiento de la comuna sobre el predio comunal debidamente detallado.
- Fotocopia de la cédula de identidad y votación de cada comunero.
- Declaración juramentada ante un Notario de todos los comuneros de residir en donde se encuentra la comuna.

3) Centro de Turismo Comunitario

- Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo indicando el o los servicios turísticos a prestar.
- Documento que demuestre la personalidad jurídica de la empresa de economía solidaria.
- Nombramiento que acredite la representación del peticionante.
- Acta de la asamblea general de la comunidad firmada por los miembros aseverando la decisión de registrarse en el MINTUR, con la firma de los miembros presentes.

- Documentos que respalden la preparación turística de los responsables de servicios a prestarse, con mínimo de 40 horas.
- Documento de estructura orgánica del CTC.
- Pago del valor de registro estipulado en el MINTUR
- Copia certificada de Registro Único del Contribuyente RUC de la persona jurídica.
- Informe técnico que justifique la calidad comunitarias expendido por la Secretaría de Pueblos Sociales y Participación Ciudadana.
- Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil (Formulario del MINTUR).
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos (Firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre valores declarados).
- Documento del registro único para turismo.
- Pago de la licencia única anual de funcionamiento LUAF.

4) Obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento

Los establecimientos que soliciten por primera vez la Licencia Anual de Funcionamiento (LUAF), deberán presentar el CERTIFICADO DE REGISTRO que será otorgado por el Ministerio de Turismo a través de la Dirección de Turismo del GAD pertinente, adjuntando los siguientes documentos:

- Solicitud de la licencia.
- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personería jurídica.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.).
- Copia de la cédula de identidad y de la última papeleta de votación, a color del representante legal.
- Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar nombre comercial (Si lo tuviere).
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de: Quito: Av. La República 396 y Edificio de Almagro Edif. Forum,

Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral y
Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis.

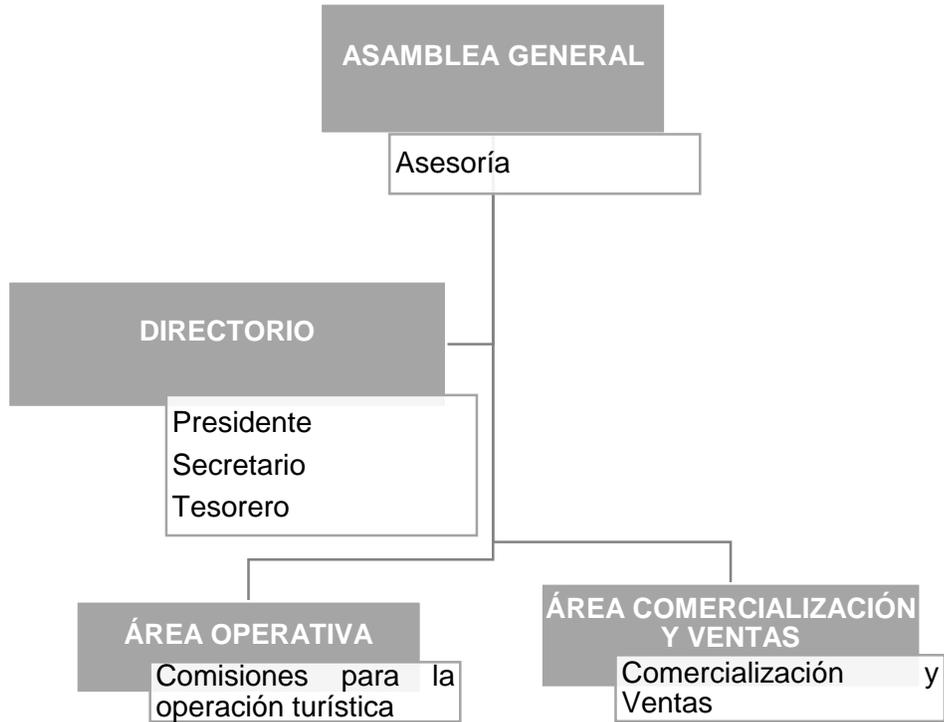
- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento de local, debidamente legalizado.
- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
- Declaración de activos fijos para cancelación de uno por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa (Formulario del MINTUR).
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.

b. Estructura administrativa

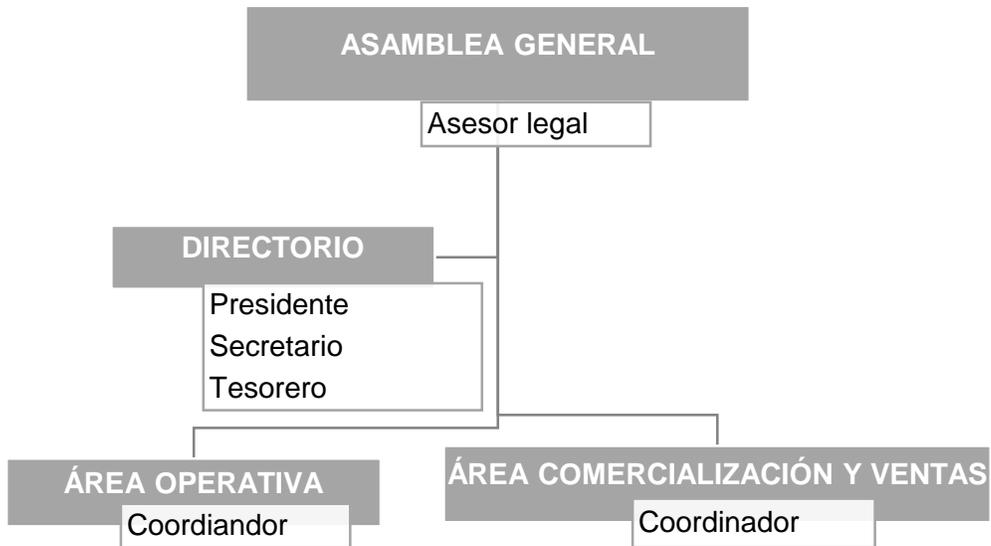
1) Estructura orgánica

Para el cumplimiento de los objetivos para la ruta de agroturismo, es necesario establecer procedimientos y reglamentos coordinados, con una estructura orgánica consistente, sencilla y dinámica capaz de articularse a los requerimientos de operación.

a) Organigrama estructural de la Empresa de Economía Popular y Solidaria



b) Organigrama funcional del Centro de Turismo Comunitario



2) Manual de cargos y funciones

Para la operación de la ruta de agroturismo se incluye un manual de cargos y funciones de acuerdo a lo establecido en la estructura orgánica, con la finalidad de establecer responsabilidades y el perfil para cada cargo.

Cuadro N°31. Manual de cargo y funciones del Presidente (a)

Datos de Identificación									
PRESIDENTE (A)									
Localización	Presidencia Nivel de reporte inmediato								
Asamblea General de la Empresa de Economía Solidaria									
Misión del Cargo									
Gestionar, supervisar, orientar y organizar todo lo concerniente a los servicios, personal de atención y miembros de la empresa.									
Colaboradores directos	Secretaria(o), vicepresidente, operador y coordinador.								
Contactos externos	Clientes locales y nacionales, proveedores locales y organizaciones públicas y privadas y MINTUR.								
Contactos internos	Área operativa y área comercial y miembros de la empresa.								
P E R F I L	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">Formación académica</td> <td>Título profesional de segundo o tercer nivel en cualquier área de especialización.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Conocimientos adicionales</td> <td>Tener conocimientos de informática básica, geografía ecuatoriana, legislación ambiental y turística Realidad sociopolítica del entorno comunitario.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Idiomas necesarios</td> <td>Kichwa y español.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Nivel de experiencia</td> <td>Mínimo un año en posiciones o funciones similares.</td> </tr> </table>	Formación académica	Título profesional de segundo o tercer nivel en cualquier área de especialización.	Conocimientos adicionales	Tener conocimientos de informática básica, geografía ecuatoriana, legislación ambiental y turística Realidad sociopolítica del entorno comunitario.	Idiomas necesarios	Kichwa y español.	Nivel de experiencia	Mínimo un año en posiciones o funciones similares.
Formación académica	Título profesional de segundo o tercer nivel en cualquier área de especialización.								
Conocimientos adicionales	Tener conocimientos de informática básica, geografía ecuatoriana, legislación ambiental y turística Realidad sociopolítica del entorno comunitario.								
Idiomas necesarios	Kichwa y español.								
Nivel de experiencia	Mínimo un año en posiciones o funciones similares.								
Responsabilidades del cargo									
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Representar legalmente a la empresa. ✓ Fijar las metas y presupuestos a corto, mediano y largo plazo. ✓ Tomar decisiones en función del desarrollo de las comunidades y actividad turística-productiva. 									

- ✓ Controlar el cumplimiento de la planificación estratégica, supervisando su correcta ejecución.
- ✓ Mantener las relaciones de primer nivel con socios estratégicos (principales clientes y principales proveedores).
- ✓ Asegurar y velar por la obtención de la rentabilidad que se haya definido y presupuestado en la empresa.
- ✓ Buscar la innovación tecnológica y mantener el liderazgo del negocio.
- ✓ Autorizar cambios de presupuestos de obras y proyectos.
- ✓ Manejar el flujo de caja y aprobar los ingresos y egresos de efectivo dentro de los lineamientos estratégicos de la Empresa.
- ✓ Supervisar los recursos económicos, flujo de caja, ingresos y egresos.
- ✓ Rendir cuentas y presentar informes a la Asamblea General.
- ✓ Periódicamente supervisar, evaluar y mejorar la calidad del servicio turístico y atención al cliente.
- ✓ Atender las inquietudes de los clientes y del personal de la empresa.
- ✓ Aplicar sanciones disciplinarias de acuerdo a la ley y reglamento interno de la empresa.

Cuadro N°32. Manual de cargo y funciones del Secretario (a)

Datos de Identificación	
SECRETARIO (A)	
Localización	Secretaría
Nivel de reporte inmediato	Presidente
Misión del Cargo	
Revisar, procesar, archivar e informar todas las transacciones concernientes a la empresa.	
Colaboradores directos	Presidente, tesorero y coordinador.
Contactos externos	Clientes, proveedores, organizaciones públicas y privadas.
Contactos internos	Asamblea, presidente y miembros de la empresa.
P	Formación académica
E	
R	Conocimientos adicionales
F	
Título de bachiller o tercer nivel, acorde a la decisión de la asamblea.	
Conocimientos básicos en informática, contabilidad, administración, facturación.	

I	Idiomas necesarios	Español e inglés básico.
L	Nivel de experiencia	Mínimo un año.
Responsabilidades del cargo		
Cumple las funciones del presidente en su ausencia:		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acatar la disposición y los estatutos. ✓ Asistir a las asambleas ordinarias y extraordinarias. ✓ Revisar libros, actas, resoluciones de la asamblea y directorio. ✓ Tomar dictado en función del desarrollo de las reuniones de la asamblea y junta directiva de la empresa. ✓ Elaborar nóminas y archivos. ✓ Documentar inventarios, llamadas, reservaciones. ✓ Recibir, registrar llamadas del personal y de los visitantes. ✓ Recibir, registrar, emitir archivar, o entregar bajo inventario la correspondencia y documentación de la empresa. ✓ Trabajar en coordinación directa con el coordinador técnico y comercialización. ✓ Conocer y dar información sobre el producto, los servicios y actividades existentes en la oferta. ✓ Presentar informes mensuales sobre todas las actividades realizadas. ✓ Atender y recibir a los turistas y realizar el debido manejo de quejas y solicitudes. 		

Cuadro N°33. Manual de cargo y funciones del Tesorero (a)

Datos de Identificación			
TESORERO (A)			
Localización	Tesorería	Nivel de reporte inmediato	Presidente
Misión del Cargo			
Llevar el control económico y financiero de la empresa.			
Colaboradores directos	Presidente Secretario y miembros de la empresa.		
Contactos externos	Proveedores locales y público en general.		
Contactos internos	Asamblea, presidente, secretaria y miembros de la empresa.		
P E	Formación académica	Título profesional de segundo o tercer nivel de acuerdo a la misión y visión y a las autoridades.	

R	Conocimientos	Conocimientos de contabilidad, informática, facturación,
F	adicionales	turismo y ambiente.
I	Idiomas necesarios	Español e inglés básico.
L	Nivel de experiencia	Mínimo un año.
Responsabilidades del cargo		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acatar las disposiciones, estatutos y reglamentos internos. ✓ Llevar un inventario de bienes, valores y obligaciones de la empresa. ✓ Llevar un proceso contable que ayude al manejo económico de la empresa ✓ Presentar el informe económico trimestralmente a la Asamblea General o Directorio. ✓ Tomar la responsabilidad de los fondos. ✓ Permitir la revisión de los libros a su cargo con la autorización de la Asamblea. ✓ Efectuar pagos, compras y pagos de servicios y bienes correspondientes a la empresa. ✓ Ocuparse de asuntos tributarios. ✓ Registrar su firma y del presidente en todas las cuentas bancarias para efectos de movilización de fondos. ✓ Revisar y analizar los presupuestos de las actividades de la empresa. 		

Cuadro N° 34. Manual de cargo y funciones del coordinador (a) operativo

COORDINADOR (A) OPERATIVO			
Localización	Coordinación	Nivel de reporte inmediato	Presidente
Misión del Cargo			
Planificar, coordinar y orientar lo concerniente a la operación de servicios (alojamiento, alimentación, guianza, transporte, etc.)			
Colaboradores directos		Secretario, tesorero y coordinador.	
Contactos externos		Prestadores de servicios, sector público, privado, comunitario y clientes en general.	
Contactos internos		Secretaría, promotor, miembros de la empresa y directiva.	
P	Formación académica	Título profesional de segundo o tercer nivel, acorde a la decisión de la asamblea.	
E			
R	Conocimientos	Conocimientos de turismo, ambiente, y del territorio	
F	adicionales		
I	Idiomas necesarios	Kichwa, español e inglés básico.	
L	Nivel de experiencia	Mínimo un año.	

Responsabilidades del cargo
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promover y acatar la disposición y los estatutos. ✓ Coordinar actividades de logística ✓ Realizar contactos a tiempo para los tours y reservas. ✓ Organizar las actividades y los tiempos de salida así como los grupos y su distribución. ✓ Estar atento a los cambios de actividades, decisiones o preferencias del cliente. ✓ Supervisar la calidad en la atención y prestación del servicio. ✓ Coordinar actividades de logística con las comisiones y los guías. ✓ Organizar y coordinar las actividades a realizarse con el personal a cargo.

Cuadro N° 35. Manual de cargo y funciones del coordinador (a) de ventas

COORDINADOR (A) DE VENTAS	
Localización	Área comercial
	Nivel de reporte inmediato
	Tesorero
Misión del Cargo	
Promocionar y comercializar el producto, servicios y actividades de la asociación.	
Colaboradores directos	Secretario, tesorero y coordinador.
Contactos externos	Clientes, Proveedores, Organizaciones públicas y privadas.
Contactos internos	Miembros de la empresa y directiva
P E R	Formación académica
	Título profesional en ecoturismo, hotelería y turismo, administración, publicidad, etc. acorde a la decisión de la asamblea.
F I L	Conocimientos adicionales
	Informática, contabilidad, facturación y operación turística. Dominar proyectos turísticos.
	Idiomas necesarios
	Español, inglés avanzado, hablado y escrito.
	Nivel de experiencia
	Mínimo de dos años.
Responsabilidades del cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promover y acatar la disposición y los estatutos. ✓ Estar atento a las decisiones que se tomen en la Asamblea General. ✓ Coordinar actividades con el directivo y el área operativa. ✓ Elaboración desarrollo y venta de paquetes y de tours. ✓ Distribuir material promocional y encargarse de la difusión y promoción de servicios. 	

- ✓ Dar seguimiento y evaluar los servicios que se prestan.
- ✓ Ofertar y comercializar el producto al mercado.
- ✓ Coordinar con el tesorero y rendir información sobre los ingresos económicos al tesorero de la empresa informes y documentos financieros.
- ✓ Buscar y atraer clientes.
- ✓ Determina los precios de venta y descuentos de los diferentes paquetes presupuestados y condiciones de crédito y aprobar comisiones de ventas.
- ✓ Garantizar el desarrollo económico de la empresa.
- ✓ Entregar estadísticas de desarrollo y mejoramiento de la empresa a la Asamblea General.

3) Manual de procedimientos

El manual de procedimientos establece las actividades a realizarse para cada momento de la operación, debe ser definido para cada proceso de modo que la organización sea adecuada y no exista problemas en la operación.

a. Proceso de reservación

1) Procedimiento para la reservación

Se realizará mediante vía telefónica, internet o de forma personal, e incluye los siguientes pasos:

- Responder con un saludo cordial identificándose a sí mismo y a la empresa.
- Tomar nota y dar explicación de lo solicitado.
- Escuchar y ofertar los paquetes.
- Apuntar los datos personales y datos referente al servicio de él o los clientes, fecha, hora, requerimientos.

- Reservar de acuerdo a la fecha en el calendario.
- Confirmar los datos.
- Solicitar el pago anticipado del 50% del costo del servicio con suficiente anticipación.
- Proporcionar información sobre la ubicación del sitio, confirmar la reserva y despedirse.

2) Flujograma para la reservación

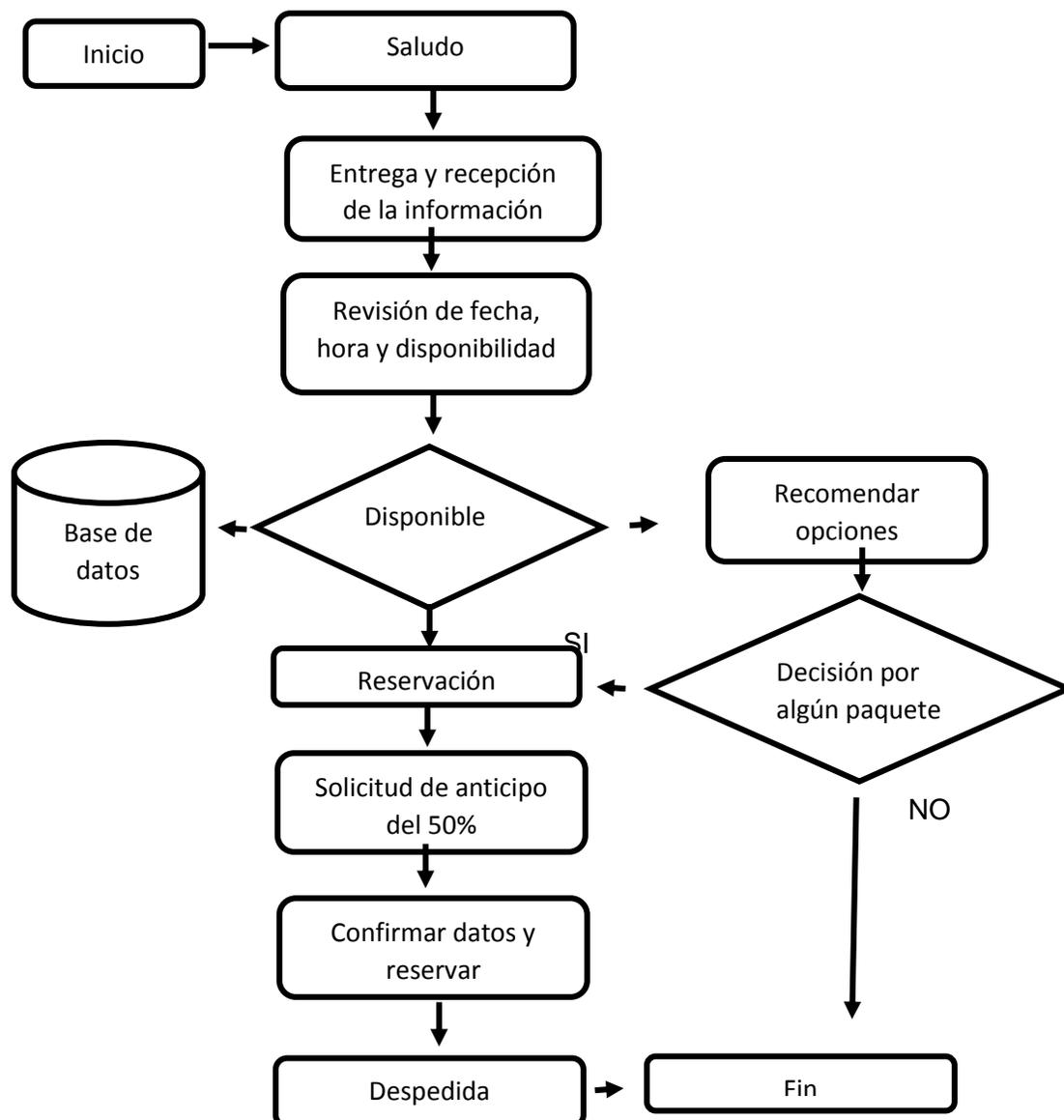


Gráfico N° 05. Flujograma del proceso de reservación

3) Herramienta para la reservación

ÑUCANCHI AGROPECUARIA Y MILENARIA			
REGISTRO DE RESERVAS			
Empresa o cliente:		Ciudad / País:	
Dirección:		Teléfono - e-mail:	
Fecha de arribo:		Fecha de retorno:	
Hora:		Hora:	
PAQUETES	Código	Número de pax	
	P1		
	P2		
	P3		
	P4		
	P5		
	P6		
Servicios que incluye		Precio acordado	
Hospedaje		Monto del depósito requerido 50%	
Alimentación		Confirmación de depósito recibida	
Recreación/Actividades		Requerimientos o asuntos especiales	
Transporte			
Guianza			
Canal de venta:			
Observaciones			
Responsable de la reservación			

b. Proceso de recepción de turistas

1) Procedimiento de recepción de turistas

- Saludo, bienvenida mostrando interés por su llegada.
- Preguntar si tiene reservación.
- Comprobar la existencia o no de la reserva.
- Mostrar el itinerario y detalles de los paquetes.
- Confirmar el pago total del servicio.
- Confirmar los servicios y equipos requeridos y autorizar al guía inicie la ruta.

2) Flujograma de recepción de turistas

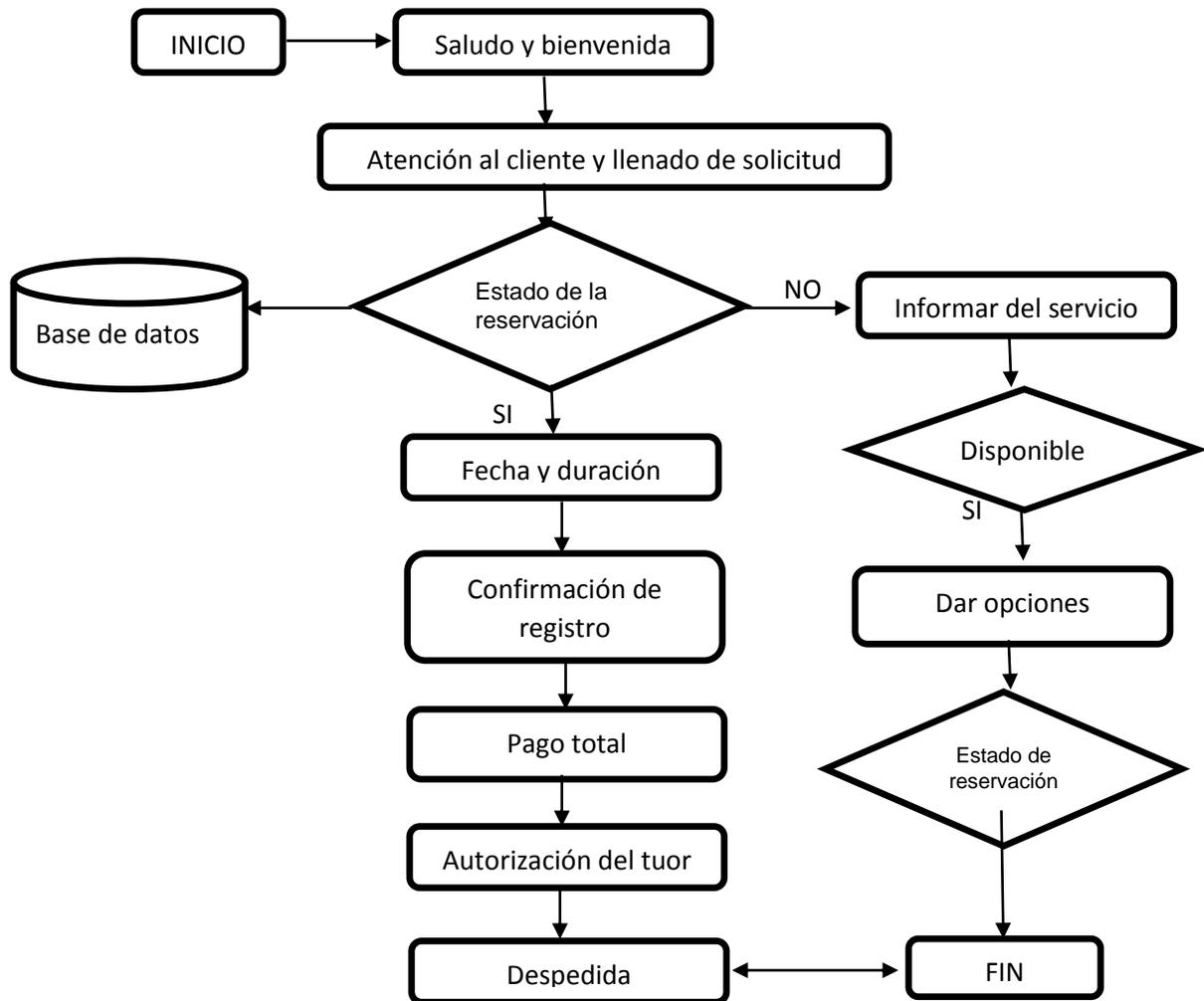


Gráfico N°06. Flujograma de recepción de turistas

3) Herramienta para el registro de turistas

ÑUCANCHI AGROPECUARIA Y MILENARIA REGISTRO DE LLEGADA						
Fecha	Nombre	Apellido	Pasaporte/C.I	# de Pax	Paquete	Duración

i. Proceso para la ejecución del tour

Los procesos variarán según el paquete que escoja el turista.

1) Procedimiento para la ejecución del tour

- Saludo, bienvenida y presentación del guía.
- Dar a conocer las normas y recomendaciones que se deben seguir dentro del tour.
- Dar una introducción sobre que se va a realizar dentro del tour.
- Inicio del recorrido.
- Se degusta la alimentación si en el paquete incluye.
- Recorrido y explicación del guía.
- Se realizan todas las actividades complementarias descritas en el paquete.
- Descanso.
- Agradecimiento y despedida por parte del guía.

2) Flujograma del para la ejecución del tour

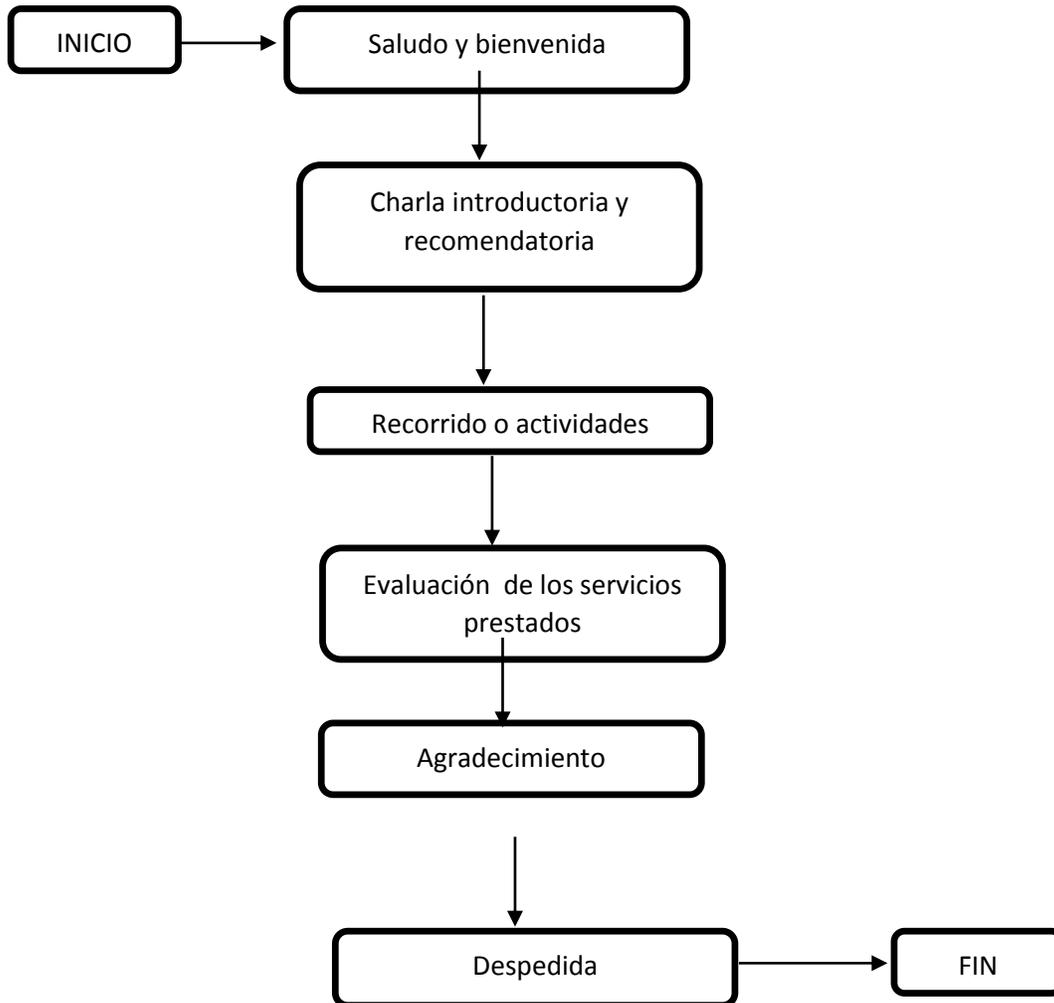


Gráfico N°07. Flujograma para la ejecución del tour.

3) Herramienta

ÑUCANCHI AGROPECUARIA Y MILENARIA			
ENCUESTA DE SATISFACCIÓN			
Su opinión es importante para nosotros, se mantendrá confidencialidad y la información se utilizará únicamente para mejorar nuestro servicio.			
INSTRUCCIONES: Señale el grafico según su opinión.			
FECHA: _____			
PREGUNTAS	(3) 	(2) 	(1) 
1. Todos los servicios que deseaban estuvieron incluidos.			
2. El servicio fue lo que esperaba.			
3. El personal que acompañó les supieron ayudar en toda sus necesidades de forma, amable brindándoles confianza.			
4. La alimentación realizada con los productos de la zona fue de su agrado.			
5. El ambiente de trabajo en el que nos desarrollamos fue agradable.			
6. La información dada antes, durante y después de la actividad fue de forma clara y precisa.			
7. Las actividades agropecuarias y turísticas fueron de su agrado e interesantes			
8. El personal supo ayudarles rápidamente cuando sucedió algún inconveniente buscando la solución.			
TOTAL			
Tiene usted alguna observación y/o sugerencia			

3. Evaluación ambiental y sociocultural

a. Identificación de los impactos ambientales

La operación del producto podría generar impactos ambientales antes, durante y en el proceso del desarrollo de las actividades, por tal motivo se procede a establecer los posibles impactos tanto positivos como negativos que se producirían en los componentes ambientales (aire, suelo, agua, flora y fauna), socioeconómico y paisaje en base a la herramienta metodológica propuesta por Lázaro Lagos, los resultados se exponen a continuación:

Cuadro N°36. Matriz de Lázaro Lagos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES															IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	a. Implementación		b. Operación												c. Abandono		Naturaleza	Magnitud	Importancia	Certeza	Tipo	Reversibilidad	Duración	Tiempo en aparecer	Ponderación	
			Actividades cotidianas						Actividades turísticas																	
	1. Adecuación de granjas	2. Adecuación de senderos y señalética	3. Actividades agropecuarias	4. Reforestación con plantas nativas	5. Uso de maquinaria agrícola	6. Abonos orgánico	7. Huertos agroecológicos y medicinales	8. Hospedaje	9. Alimentación	10. Caminatas y cabalgatas	11. Interpretación ambiental y cultural	12. Observación de flora y fauna	13. Fotografía	14. Reacondición de senderos y señalética	15. Reacondición de granjas											
A. AIRE					X																					Contaminación del aire por CO2
B. SUELO			X				X										Rotación de cultivos agrícolas	+	2	2	C	Pr	1	1	C	6
			X	X	X					X							Erosión del suelo	(-)	1	3	D	Pr	2	3	M	8

	X	X	X		X					X				X	X	Compactación de suelo y asentamiento	(-)	2	2	D	Sc	3	3	M	10
								X	X	X						Incremento de desechos sólidos	(-)	2	2	C	Pr	1	2	C	7
			X	X		X	X									Uso de desechos orgánicos como abonos	+	2	3	D	Pr	1	3	M	10
C. AGUA			X			X	X	X	X							Aumento en el consumo	(-)	1	2	C	Pr	1	1	C	4
						X										Aumento de sólidos en suspensión	(-)	1	2	D	Pr	1	3	C	6
D. FLORA Y FAUNA				X			X				X	X				Recuperación de plantas nativas	+	2	3	D	Pr	1	2	C	9
			X	X			X									Cambio de la cobertura vegetal	(-)	1	1	C	Pr	1	3	L	5
										X		X	X			Perturbación a la fauna	(-)	1	2	C	Pr	2	3	C	7
			X													Aumento de la frontera agrícola	(-)	1	2	D	Sc	1	3	C	6
						X					X					Desechos orgánicos como alimento de animales	+	2	3	D	Pr	1	1	M	8
E. SOCIO – ECONÓMICO			X				X	X	X	X	X	X				Aumento de turismo en la zona	+	3	3	D	Pr	1	3	M	13
							X	X								Servicios básicos	+	2	3	D	Pr	2	2	M	10
			X							X	X					Intercambio cultural	+	3	3	D	Pr	2	3	M	14
			X				X	X	X	X						Generación de empleo	+	2	3	C	Pr	1	3	M	10
						X										Elaboración de compost	+	2	3	C	Pr	1	1	M	8
			X							X						Elaboración de artesanías	+	2	3	C	Pr	1	1	C	8
			X				X									Elaboración de productos a base de la producción agropecuaria	+	2	3	C	Pr	1	1	C	8

			X	X		X	X				X					Respeto por el patrimonio agrícola	+	3	3	C	Pr	1	1	C	11
F. PAISAJE					X											Contaminación acústica	(-)	1	1	C	Pr	1	3	L	5

NOMENCLATURA:

Naturaleza: (+): Impacto positivo, (-) Impacto negativo,

Tipo: **Pr:** Primario, **Sc:** Secundario, **Na:** NO aplica certeza,

Certeza: **C:** si el tiempo ocurrirá con una probabilidad del 75%, **D:** si el tiempo ocurrirá con una probabilidad entre el 50 a 75%,
I: Si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto.

Importancia: 0 sin importancia, 1 Menor, 2 Moderada, 3 Importante.

Duración: 1 Corto plazo, 2 Mediano plazo, 3 Largo plazo.

Tiempo en aparecer: **C:** corto plazo, **M:** Mediano plazo, **L:** Largo plazo.

Reversibilidad: 1 Reversible, 2 Irreversible.

Cuadro N°37. Cuantificación de impactos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES															TOTAL	TOTAL	TOTAL
																(+)	(-)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15			
A. AIRE					-3												3	3
B. SUELO	-10	-10	+6,-8,-10,+10	-8,+10	-8,-10	+10	+6,+10	-7	-7	-8,-10,-7				-10	-10	52	123	175
C. AGUA			-4			-4,-6	-4	-4	-4								26	26
D. FLORA Y FAUNA			-5,-6	+9,-5		+8	+9,-5			-7	+9,+8	+9,-7	-7			52	42	94
E.SOCIO ECONÓMICO			+13,+14,+10,+8,+8,+11	+11		+8,+11	+8,+11	+13,+10,+8	+13,+10,+8	+13,+8	+13,+10,+8,+8,+11	+13,+10				269		269
E. PAISAJE				-5													5	5
TOTAL (+)			80	30		37	44	31	31	21	67	32				373		
TOTAL (-)	10	10	33	18	21	10	9	11	11	32		7	7	10	10		199	
TOTAL	10	10	113	48	21	47	53	42	42	53	67	39	7	10	10			572

La operación de la ruta de agroturismo alcanza un impacto positivo de (373 pts), lo que significa que no causará un impacto ambiental de gran magnitud. El factor socioeconómico positivo es de (269 pts) es la más beneficiada, puesto a que se crea fuentes alternativas de empleo y además presenta una sensibilización de la población local frente a su entorno, valorando los recursos naturales. Los factores negativos que exceden a los positivos requieren un estudio de impacto ambiental más específico en la medida que la operación de la ruta no genere impactos, de tal manera a estos resultados muestran condiciones favorables para ejecutar el producto sin mayor afectación a los recursos naturales y culturales de las zonas de intervención.

a. Plan de manejo ambiental

Cuadro N°38. Plan de manejo ambiental para la ruta de agroturismo

<u>MATRIZ DE PLAN DE MANEJO PARA LA RUTA DE AGROTURISMO</u>								
ACÁPITE	MEDIDA PROPUESTA	EFECTO ESPERADO	RESPONSABLE		EJECUCIÓN		OBSERVACIONES	PRESUPUESTO USD
			EJECUCIÓN	CONTROL	MOMENTO	FRECUENCIA		
A. Características Físicas y Químicas								
A1. SUELO	Reforestación	Recuperar la zona intervenida a causa del proyecto	Comuneros	Ing. Forestal	Operación del proyecto	Una vez al año	Utilizar las zonas de planeamiento destinadas para forestación.	1000,00
	Regular el número de cabalgatas permitidas al día	Evitar la compactación del suelo	Coordinador operativo	Presidente	Operación del proyecto	Diaria	Se realizarán máximo tres cabalgatas al día.	50,00

MATRIZ DE PLAN DE MANEJO PARA LA RUTA DE AGROTURISMO

ACÁPITE	MEDIDA PROPUESTA	EFECTO ESPERADO	RESPONSABLE		EJECUCIÓN		OBSERVACIONES	PRESUPUESTO USD
			EJECUCIÓN	CONTROL	MOMENTO	FRECUENCIA		
	Realizar un estudio "LAC" para la regulación de turistas en el sendero	Reducir la compactación del suelo	Estudiante de Ecoturismo	Presidente	Operación del proyecto	Diaria	Realizar convenio con la escuela de Ing. en Ecoturismo para que los estudiantes realicen prácticas o trabajos de titulación sobre el tema.	1500,00
	Compostaje	Recuperación del suelo.	Comuneros	Ing. Agrónomo	Operación del proyecto	Cada 4 meses	Utilizar los residuos orgánicos producidos en las granjas integrales o el lugar de alimentación.	100,00
A2. AGUA	Utilización de fertilizantes orgánicos para la agricultura	No contaminar el agua	Comuneros	Ing. Agrónomo	Operación del proyecto	Cada vez que lo requiera en los sistemas de producción		200,00
	Crear un sistema de reducción de consumo de agua.	Disminución del consumo de agua.	Comuneros	Presidente	Operación del proyecto	Cada año		2000,00

MATRIZ DE PLAN DE MANEJO PARA LA RUTA DE AGROTURISMO

ACÁPITE	MEDIDA PROPUESTA	EFECTO ESPERADO	RESPONSABLE		EJECUCIÓN		OBSERVACIONES	PRESUPUESTO USD
			EJECUCIÓN	CONTROL	MOMENTO	FRECUENCIA		
B. Condiciones biológicas								
B1. FLORA Y FAUNA	Delimitar las áreas verdes	Conservar la cobertura vegetal existente en las áreas verdes	Comuneros	Ing. Forestal	Operación del proyecto		Se establecerá un uso adecuado para las áreas verdes.	300,00
	Uso de materiales y técnicas ancestrales para el deshierbe de huertas y chacras.	La maleza sea controlada de manera eficiente y sin uso de equipos o maquinarias que destruyan la cobertura vegetal.	Comuneros	Ing. Forestal	Operación del proyecto	Evaluación mensual.	Se puede utilizar las manos o el azadón.	300,00
C. Factores culturales								
C1. SOCIO - ECONÓMICO	Dinamización de la economía local	Incremento la economía local.	Presidente	Asamblea general	Durante el proyecto	Cada año	Rendición de cuentas hacia todos los beneficiarios del proyecto.	
	Educación ambiental	Crear una conciencia de cuidado y respeto hacia el medio ambiente	Guía	Coordinador de operación	Operación del proyecto	Operación	En la interpretación y actividades, el guía debe incluir el valor y cuidado del medio ambiente.	

4. Determinación de la viabilidad económica

El estudio económico que se detalla a continuación, se ha establecido en función de la operación del producto a través del Centro de Turismo Comunitario, dado que serían los pobladores de las comunidades los directamente beneficiados de la implementación del producto pero para la legalidad y manejo la Empresa de Economía Popular y Solidaria (EEPS).

a. Inversiones en el producto durante el primer año

Cuadro N°39. Inversión en el producto durante el primer año

INVERSIONES			
Rubro	Inversiones realizadas USD	Inversiones por realizar USD	Valor total USD
INVERSIONES FIJAS	30000,00	11795,00	41795,00
Adecuación de la planta y facilidades turísticas	30000,00	10000,00	40000,00
Equipo de computación HP		795,00	795,00
Muebles y enseres		1000,00	1000,00
ACTIVOS DIFERIDOS	0,00	3640,00	4240,00
Gastos de constitución y permisos		1140,00	1140,00
Patente Municipal		20,00	20,00
Permiso Cuerpo de Bomberos		20,00	20,00
Permisos turísticos		500,00	500,00
Constitución de estatutos		600,00	600,00
Gastos de promoción		2900,00	2900,00
Publicidad escrita y televisiva		1000,00	1000,00
Publicidad en Internet		900,00	900,00
Impresión de trípticos y dípticos		1000,00	1000,00
Gastos insumos y materiales			200
Materiales de oficina			200
CAPITAL DE TRABAJO	0,00	20400,00	20400,00
Mano de obra directa		20400,00	20400,00
TOTAL		35835,00	66435,00

ii. Total de Inversiones

Cuadro N°40. Detalle de inversiones

TOTAL DE LA INVERSION	
Detalle	Valor USD
Activos Fijos	41795,00
Activos Diferidos	4240,00
Capital de Trabajo	20400,00
TOTAL	66435,00

B. Financiamiento

Es importante considerar el préstamo que otorga el Banco Nacional de Fomento (BNF) para créditos productivos para producción, comercio y servicios, en el cual cubre los siguientes sectores: agrícola, forestal, pecuario, pesca, pesca artesanal, pequeña industria (artesanía, turismo, comercio y servicios), con un porcentaje máximo de financiamiento de un 80 %, con montos de préstamos desde \$5500,00 hasta \$3000000,00 con un plazo de hasta 10 años y una tasa de interés efectiva del 10%, con mayor posibilidad de acceso para asociaciones y empresas legalmente constituidas.

La empresa de economía solidaria al ser la figura legal para el manejo de la ruta de agroturismo, será quién asuma la deuda para solventar las inversiones que deben realizarse para la implementación y adecuación de la ruta; además existen otras instituciones públicas involucradas dentro del desarrollo rural y turismo, tal es el caso del MAGAP, GADs provinciales, cantonales y provinciales y MINTUR, que pueden financiar la propuesta y por ende contribuir con la empresa para que el endeudamiento sea menor.

En tal facultad, se realizó el siguiente cálculo:

Cuadro N°41. Financiamiento

FINANCIAMIENTO	
DETALLE	VALOR
PRÉSTAMO	20000,00
MAGAP	4000,00
GAD PROVINCIAL	4000,00
GAD CANTONAL	4000,00
GAD PARROQUIAL	4000,00
MINTUR	4000,00
TOTAL FINANCIAMIENTO	40000,00
TOTAL DE APOORTE DE ENTIDADES PUBLICAS	20000,00

C. Depreciación de activos fijos

El siguiente cuadro expone el valor de salvamento y depreciación de los activos fijos según su tiempo de vida útil.

Cuadro N°42. Depreciación de activos fijos

Denominación de inversiones	Valor del Bien USD	Depr. Anual USD	Valor de Salv. USD	Valor Depr. USD	%Depreciación	Año vida útil	Depreciación por la ley
Planta turística	40000,00	8000,00	0	8000,00	25%	5	20
Equipos de Computación	795,00	159,00	0	159,00	100%	5	5
Muebles y enseres	1000,00	200,00	0	200,00	50%	5	10
TOTAL	41795,00	8359,00	0	8359,00			

D. Cálculo del pago de la deuda

Cuadro N°43. Cálculo del pago de la deuda en USD

Periodo	Capital préstamo	Interés 10%	Capital Pagado	Cuota de pago	Saldo
1	20000,00	2000,00	4000,00	6000,00	16000,00
2	16000,00	1600,00	4000,00	5600,00	12000,00
3	12000,00	1200,00	4000,00	5200,00	8000,00
4	8000,00	800,00	4000,00	4800,00	4000,00
5	4000,00	400,00	4000,00	4400,00	0,00
TOTAL		6000,00	20000,00	26000,00	

El requerimiento para cubrir la inversión por realizar corresponde a \$20000,00 que de ser financiados por el BNF tendrá un interés del 10% anual, financiado a 5 años como lo indica el cuadro N° 43.

E. Estructura de gastos para la vida útil del proyecto

El cuadro N° 44 detalla los gastos en los que se debe incurrir para la operación.

Cuadro N°44. Estructura de gastos en USD

Rubros	Años					
	0	1	2	3	4	5
COSTOS DE PRODUCCIÓN						
Mano de obra directa	20400,00	21420,00	22491,00	23615,55	24796,33	26036,14
SUBTOTAL	20400,00	21420,00	22491,00	23615,55	24796,33	26036,14
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN						
Gastos de constitución	1140,00	1140,00	1140,00	1140,00	1140,00	1140,00
Depreciaciones	41795,00	33436,00	25077,00	16718,00	8359,00	0,00
SUBTOTAL	42935,00	34576,00	26217,00	17858,00	9499,00	1140,00
COSTOS DE VENTA						
Gastos de Promoción	2500,00	2625,00	2756,25	2894,06	3038,77	3190,70
Materiales de oficina	200,00	210,00	220,50	231,53	243,10	255,26
SUBTOTAL	2700,00	2835,00	2976,75	3125,59	3281,87	3445,96

COSTOS FINANCIEROS						
Intereses bancarios	2000,00	1600,00	1200,00	800,00	400,00	0,00
SUBTOTAL	2000,00	1600,00	1200,00	800,00	400,00	0,00
TOTAL	68035,00	60431,00	52884,75	45399,14	37977,19	30622,10

F. Consumo aparente e ingresos por productos vendidos

Cuadro N°45. Ingreso por productos vendidos

Demanda objetivo 529 pax.	Segmento	Turistas anuales	Turistas mensuales	Precio paquetes USD. Rango 5-6 pax.	Ingresos anuales	Ingresos mensuales
PAQUETE No. 1	35%	185	15	65,00	12034,75	1002,90
PAQUETE No. 2	10%	53	4	105,00	5554,50	462,88
PAQUETE No. 3	10%	53	4	141,00	7458,90	621,58
PAQUETE No.4	15%	79	7	26,00	2063,10	171,93
PAQUETE No.5	15%	79	7	26,00	2063,10	171,93
PAQUETE No. 6	15%	79	7	26,00	2063,10	171,93
TOTAL DE INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
	31237,45	32486,95	33786,43	35137,88	36543,40	38005,13

Se tomó el 3% de la demanda insatisfecha en el primer año, para determinar la demanda objetivo y de este modo obtener el ingreso por productos vendidos (seis paquetes), con proyección a 5 años y distribuido a ingresos mensuales.

G. Estado de resultados

Es importante conocer el estado de pérdidas y ganancias de los movimientos financieros del producto, para este caso existe un superávit que corresponde a \$26737,45 para el primer año, resultado positivo para tomar la decisión de invertir en este proyecto.

Cuadro N°46. Estado de resultados en USD

RUBROS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Ventas anuales	31237,45	32486,95	33786,43	35137,88	36543,4
TOTAL INGRESOS	31237,45	32486,95	33786,43	35137,88	36543,4
EGRESOS					
Costos de publicidad y promoción	2500,00	2625,00	2756,25	2894,06	3038,77
Costos financieros	2000,00	1600,00	1200,00	800,00	400,00
TOTAL EGRESOS	4500,00	4225,00	3956,25	3694,06	3438,77
Capital de trabajo	20400,00	21420,00	22491,00	23615,55	24796,33
SUPERÁVIT	26737,45	28261,95	29830,18	31443,82	33104,63

H. Flujo de caja

La liquidez del producto se efectúa a través del flujo (entrada y salida) de recursos económicos. Para el caso de este se realiza una proyección a 5 años y se prevee un factor inflación del 5%.

Cuadro N°47. Flujo de caja en USD

	RUBROS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ventas netas		31237,45	32486,95	33786,43	35137,88	36543,40
+	Depreciaciones		8359,00	8359,00	8359,00	8359,00	8359,00
+	Valor de salvamento		0,00	0,00	0,00	0,00	41795,00
-	Gastos por constitución y permisos		1140,00	1140,00	1140,00	1140,00	1140,00
-	Gastos de publicidad y promoción		2700,00	2835,00	2976,75	3125,59	3281,87
-	Intereses bancarios		2000,00	1600,00	1200,00	800,00	400,00
-	Capital de trabajo		20400,00	21420,00	22491,00	23615,55	24796,33
=	UTILIDAD NETA		13356,45	13850,95	14337,68	14815,75	57079,20
-	Inversiones de activos fijos	66435,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	FLUJO DE CAJA NETA	-66435,00	13356,45	13850,95	14337,68	14815,75	57079,20

6. Análisis financiero

El presente análisis toma como base el flujo de caja actualizado del estudio económico para determinar la viabilidad del producto agroturístico.

Cuadro N°48. Análisis de la demanda

Valor Actual Neto (VAN)	\$ 6.161,44
Tasa Interna de Retorno(TIR)	16%
Beneficio costo	1,16

El producto muestra seguridad en la inversión con un valor positivo de \$ 6.161,44 lo que significa que se recupera el capital invertido a una tasa de interés del 16% anual. Por cada dólar invertido en el producto se produce una rentabilidad de \$0,16 centavos. Para el año 5 se podrá recuperar el capital invertido, a partir de entonces se generarán ganancias netas.

D. EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LA RUTA DE AGROTURISMO

La presente evaluación permite una valoración cuantitativa a partir del análisis cualitativo del territorio para una ruta de agroturismo, se realizó un análisis individual con fines metodológicos. La evaluación toma en cuenta dos criterios fundamentales, el territorio pensado como el escenario donde se desarrollan la producción agropecuaria y como espacio de vida y el producto agropecuario identificado con valor para el agroturismo.

La evaluación de estos componentes da un total de 100 puntos, cuyos criterios de evaluación se describen en ejes estratégicos y criterios de evaluación, a continuación el detalle:

1. Ámbito organizacional

Constituye uno de los ejes de mayor relevancia, debido a que el desarrollo de actividades deben estar enmarcadas siempre dentro de un marco organizativo sólido, capaz de gestionar, administrar, controlar y evaluar las actividades ejecutadas en el contexto territorial. De este modo, el COOTAD rige las acciones de los gobiernos descentralizados y el gobierno central tiene la obligación de administrar y gestionar proyectos para el desarrollo local. La forma de evaluación para este eje será de 20 puntos que se detallan a continuación:

a. Gobiernos locales – incidencia pública

Gobiernos locales que hayan firmado el convenio de transferencia de competencias en el ámbito turístico es decir, que sean municipios descentralizados y como tales tengan la capacidad de gestionar y dictaminar ordenanzas, leyes y reglamentos para el desarrollo de la actividad turística, tendrán una mejor ponderación correspondiente a 8 puntos y los GADs que no poseen acciones turísticas tendrán una puntuación de 2 puntos.

b. Descentralización: Gobierno local que cuente con herramientas de/para:

Los gobiernos locales que cuenten con las herramientas que se detallan a continuación tendrán una ponderación de 2 puntos respectivamente por cada una:

- Planificación: Plan Estratégico y Plan Operativo Anual “POA”, presencia del Consejo Cantonal de Turismo y una Comisión de Turismo en el pleno del Consejo Municipal.
- Control para la prestación de servicios turísticos a nivel cantonal: evidencia de un plan de inspecciones para la actualización del catastro turístico que incluya la participación de organizaciones como Dirección de Salud, Bomberos, CAPTUR, Intendencia, Policía de migración, MINTUR, Estadísticas Turísticas actualizadas.
- Difusión y promoción de productos turísticos mediante un Plan de promoción y difusión a más de medios elaborados para este fin, además que evidencie la presencia del I-Tur.
- Emisión de la Licencia Única Anual de Funcionamiento “LUAF”: Ordenanza para emisión y cobro, evidencia de la emisión de la licencia.

c. Organizaciones privadas y comunitarias – incidencia

Este eje hace referencia a las organizaciones que tienen injerencia directa en el sector turístico y el territorio, mediante el desarrollo de la actividad y/o que puedan apoyar al desarrollo turístico en el ámbito privado y comunitario:

1) Sector comunitario

Comunidades sin reconocimiento legal para desempeñar actividades turísticas: que desarrollen actividades turísticas que preste uno o más servicios turísticos relacionados con

hospedaje, alimentación, guianza, transporte y servicios complementarios tendrán una ponderación de 2 puntos.

Comunidades con reconocimiento legal para desempeñar actividades turísticas: que desarrollen actividades turísticas que presten uno o más servicios turísticos relacionados con hospedaje, alimentación, guianza, transporte y servicios complementarios. Reconocidos por el Ministerio de Turismo como Centros de Turismo Comunitario y posean la LUAF tendrán una ponderación de 3 puntos.

2) Sector privado

- Registrados y catastrados: Establecimientos turísticos de hospedaje, alimentación, intermediación, operación, recreación, que estén debidamente registrados, catastrados y que cuenten con LUAF tendrán una ponderación de 3 puntos.

- No registrados: Establecimientos de hospedaje, alimentación, intermediación, operación, recreación, discotecas y bares que no estén debidamente registrados, catastrados y que no cuenten con LUAF. Pero que sin embargo, cuenten con el permiso de funcionamiento otorgado por Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria tendrán una ponderación de 1 punto.

- ONG que estén trabajando en el territorio para el desarrollo de la actividad turística: que exista al menos una ONG u organismo de Cooperación que apoye el desarrollo de actividades turísticas tendrán una ponderación de 1 punto.

2. Ordenación del territorio

Es una herramienta de planificación del territorio que a través de la identificación de las potencialidades y limitantes del mismo, constituye una base para una adecuada administración y control de los recursos: ambientales, socio – económicos y culturales,

logrando un manejo territorial integral y efectivo en materia de turismo. La forma de evaluación para este eje será de 20 puntos que se detallan a continuación:

a. Identificación y articulación de recursos como potenciales atractivos turísticos

La ruta debe ser capaz de articular recursos naturales y culturales con potencialidad turística, que se encuentran dispersos en el territorio con capacidad de integrarse entre sí, independientemente de que puedan ser focales y complementarios para que formen parte de la oferta turística.

- Conectividad entre recursos con potencialidad turística: que posea como mínimo 2 recursos turísticos con potencialidad en el territorio que permita la realización de circuitos o excursiones de un día que puedan integrarse a la ruta, tendrán un puntaje de 5 puntos.
- Conectividad entre recursos con potencialidad turística y centros poblados: recursos vinculados a centros poblados que presten servicios de hospedaje y alimentación o que la población tenga el interés de incursionar en la actividad turística, tendrán un puntaje de 5 puntos.

b. Identificación y articulación de espacios turísticos

Este eje permite identificar espacios turísticos con potencialidad, difundidos pero no posicionados en el mercado turístico nacional, los mismos que puedan articularse a espacios turísticos con mayor potencialidad y posicionados en el mercado turístico nacional para el desarrollo turístico de las zonas de intervención.

- Vías de comunicación: que cuente con vías de acceso en un estado aceptable que no implique riesgo para la seguridad del visitante, permitiendo por lo tanto el acceso a los espacios turísticos, tendrán un puntaje de 5 puntos, dependiendo del tipo de vía.

- Infraestructura básica: poblados cercanos a los recursos con potencialidad turística y que posean servicios de energía eléctrica, agua potable y/o entubada de buena calidad, comunicación, sanidad y transporte, tendrán un puntaje de 5 puntos.

3. Jerarquización de los atractivos

Para promover la actividad turística es necesario contar con atractivos turísticos focales, complementarios y de apoyo, que impulsen el desarrollo turístico del sector, de ahí que, para la estructuración de una ruta turística se requiere identificar, evaluar y jerarquizar los atractivos turísticos que forman parte de la ruta, considerando las jerarquías IV, III, II y I, que pueden atraer la afluencia turística nacional e internacional por el potencial correspondiente a cada una de las jerarquías.

Se debe tomar en cuenta que el momento de evaluar las jerarquías con respecto a los ejes tanto la jerarquía I como II hace referencia a un potencial menor lo cual implicaría menor puntuación, en tanto que los atractivos de jerarquía III y IV, cuentan con mayor potencialidad, por lo que implica una mayor puntuación, de tal manera que si una ruta posee al menos un atractivo de jerarquía IV, puntuación correspondiente es mayor. La forma de evaluación para este eje será de 15 puntos que se detallan a continuación:

Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberá responder aproximadamente a la siguiente descripción:

- **JERARQUÍA IV:** atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial, tendrá una ponderación de 6 puntos.
- **JERARQUÍA III:** atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos, tendrá una ponderación de 4 puntos.

- **JERARQUÍA II:** atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento, tendrá una ponderación de 3 puntos.

- **JERARQUÍA I:** atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico, tendrá una ponderación de 2 puntos.

4. Oferta turística

Para el diseño de una ruta turística, es necesario que exista en el territorio los elementos necesarios como: patrimonio natural y cultural, servicios turísticos, diversidad de actividades turísticas y otros elementos indispensables para la ejecución de actividades, que motiven la visitación de una demanda nacional e internacional. La forma de evaluación para este eje será de 15 puntos que se detallan a continuación:

a. Patrimonio natural y cultural

El diseño de rutas agroturísticas fomentará la revitalización y conservación del patrimonio natural y cultural tanto por los residentes como por los visitantes de los sitios turísticos incluidos en la ruta desde la perspectiva de sustentabilidad.

- Valor cultural: importancia histórico - cultural tanto en el contexto local (que tenga importancia en el contexto local, tendrá una ponderación de 0.5 punto), nacional (cuando posea una declaratoria de patrimonio cultural tangible e intangible, otorgado por las instancias respectivas, tendrá una ponderación de 1 punto) e internacional (con

declaratoria de patrimonio cultural otorgada por la UNESCO, tendrá una ponderación de 2 puntos) como parte del patrimonio cultural.

- Valor natural: importancia en el contexto local (que tenga importancia en el contexto local, tendrá un ponderación de 0.5 punto), nacional (cuando posea una declaratoria de patrimonio natural otorgado por las instancias respectivas, tendrá un ponderación de 1 punto) e internacional (con declaratoria de patrimonio natural otorgada por la UNESCO, tendrá un ponderación de 2 puntos) de los recursos turísticos naturales y biodiversidad existentes en la ruta.

b. Servicios turísticos

Se tomará en cuenta la disponibilidad de servicios turísticos de hospedaje, alimentación, guianza, transporte y recreación que satisfagan las necesidades del turista, tendrá una ponderación máxima de 3 puntos.

c. Diversificación de actividades turísticas

Las zonas de intervención identificadas en la ruta de agroturismo, deben presentar atractivos complementarios o actividades turísticas innovadoras, contemplándose dentro de ellas la existencia de microempresas comunitarias y/o privadas que aporten a la consolidación de la ruta agroturística como atractivos de visitación, y que por lo tanto incrementen el interés del turista por el destino, prolongando su tiempo de permanencia, tendrán una ponderación de 3 puntos.

d. Definición de ejes temáticos

Se identifican a los atractivos turísticos existentes en la ruta de agroturismo y que se relacionen a temas de biodiversidad, cultura, arqueología, producción, agrobiodiversidad, historia, lo cual permitirá enfocar a la ruta sobre un eje temático complementario,

valorándose en función a la cantidad de ejes identificados, tendrá una ponderación de 2 puntos.

5. Indicadores sociales

Para este eje se han priorizado los indicadores sociales relacionados con: índice de pobreza y efecto réplica. Esta priorización responde a que mundialmente el turismo ha sido considerado como una estrategia para la erradicación de la pobreza y complementariamente a ésta acción se genera el efecto réplica, como una alternativa capaz de constituirse en un modelo para el desarrollo de nuevas experiencias. La forma de evaluación para este eje será de 10 puntos que se detallan a continuación:

a. Índice de pobreza

Se considera los sectores que presenten mayores índices de pobreza representados por recintos, parroquias, comunidades y cantones, de acuerdo a datos estadísticos presentados por el INEC. En tal virtud, el turismo puede ser un eje estratégico para la de reducción de la pobreza, de esta forma se debe visualizar que este eje permita la articulación de estos espacios, generando fuentes de empleo que contribuyan a mejorar las condiciones de vida de las poblaciones existentes en la ruta de agroturismo. Para este componente se valorará la ruta de agroturismo en función del porcentaje de pobreza total existente del país con relación a la provincia y su inserción en los cantones, donde tendrá una ponderación máxima de 5 puntos, en relación a la travesía de la ruta por los cantones más pobres de la provincia.

b. Efecto réplica

Se analizará en la ruta el número de veces que las diferentes experiencias turísticas sean capaces de replicarse en torno a las poblaciones locales inmersas en la ruta, que a su vez sirva como estímulo para la creación de nuevas rutas turísticas basadas en las ya

desarrolladas, permitiendo su conectividad a la vez que facilita la generación de nuevas iniciativas con visión empresarial a nivel local, diversificando con ello la oferta turística del territorio y contribuyendo al mejoramiento de la economía local, se tendrá una ponderación de 5 puntos.

6. Indicadores productivos agropecuarios

Para evaluar los indicadores productivos agropecuarios, se tomará en cuenta la caracterización de los sistemas de producción de las zonas de intervención, misma que orientadas al turismo serán aprovechadas para el desarrollo de las localidades, con la finalidad de brindar diversas opciones de distracción y atraer a turistas que deseen una nueva alternativa de turismo. La forma de evaluación para este eje será de 20 puntos que se detallan a continuación:

a. Características generales agropecuarias

Para las características generales agropecuarias se tomará en cuenta el producto (diversidad de productos), el mismo que tendrá una ponderación de 1 punto, su valor nutricional, tendrá una ponderación de 2 puntos; el origen tendrá una ponderación de 2 puntos si es originario de Ecuador, 1 si es del continente americano y 0.5 si proviene de otro lugar distinto a los anteriores.

b. Características específicas agropecuarias

Para las características específicas, se tomará en cuenta la producción agrícola: hectáreas de producción (1 punto si la producción con respecto a la extensión del territorio es alta), época de siembra y cosecha (1 punto si las épocas de siembra y cosecha son adecuadas para el producto), y destino de la producción (1 punto si se tiene un mercado fijo y consolidado), el valor óptimo de la producción agrícola tendrá una ponderación de 3 puntos. Para la producción pecuaria se tomará en cuenta: producción de especies (1 punto si la

producción es proporcional con respecto al espacio y número de especies), producción de leche (1 punto si la producción de leche es alta con respecto al número de vacas) y destino de la producción (1 punto si se tiene un mercado fijo y consolidado), el valor óptimo de la producción pecuaria tendrá una ponderación de 3 puntos. Para la producción piscícola: la producción de especies de cada cantón tendrá una ponderación de 3 puntos.

c. Características culturales agropecuarias

Para las características culturales, se tomará en cuenta las cosas de respeto en cuanto a los conocimientos y usos relacionados correspondientes a: sabiduría ecológica, usos medicinales, gastronomía e industria, la misma que tendrá una ponderación de 0,5 puntos cada una, dando un valor óptimo de 2 puntos. En lo que respecta a tradiciones y expresiones orales correspondientes a cuentos, leyendas, historias locales y mitos, tendrán una ponderación de 0,5 puntos cada uno, dando un valor óptimo de 2 puntos. Los usos sociales, rituales y actos festivos correspondientes a prácticas comunitarias tradicionales, fiestas, cánticos y ritos, tendrán una ponderación de 0,5 puntos cada uno, dando un valor óptimo de 2 puntos.

7. Categorización de la ruta

La Evaluación de la ruta, se complementa con la Asignación de diferentes Categorías, mismas que corresponden a cuatro y son: Categoría A, B, C y D.

CATEGORÍA	VALORACIÓN
A	75 a 100
B	51 a 75
C	26 a 50
D	1 a 25
CATEGORÍA A	Ruta que cuenta con la mayoría de los ejes estratégicos demostrando una buena factibilidad de ejecución y potencial turístico a ser desarrollada a corto plazo,

	contribuyendo con la economía de las poblaciones locales asentadas en su trayectoria.
CATEGORÍA B	Ruta que posee en grado intermedio los ejes estratégicos, lo que denota, que está en proceso de estructuración y de integración, demostrando que esta ruta tiene potencialidad de desarrollo turístico a mediano plazo, para lo cual sugiere la participación de los organismos públicos, privados, comunitarios y de las poblaciones locales asentadas en su trayectoria.
CATEGORÍA C	Ruta que presenta limitantes en cuanto a los ejes y criterios, lo cual indica que requiere de mayor fortalecimiento en los ejes estratégicos, permitiendo su potencialidad de ejecución y de desarrollo turístico a largo plazo, para proyectarse a impulsar el desarrollo de las poblaciones locales y del turismo del sector.
CATEGORÍA D	Ruta que presenta serios limitantes en cuanto a los ejes y criterios valorados, demostrando que requiere de un trabajo integral más fuerte, concentrado a mejorar cada uno de los ejes estratégicos, por tanto debe integrarse a las rutas turísticas de mayor jerarquía para lograr su desarrollo turístico al largo plazo.

A continuación se muestra la evaluación de los indicadores productivos agropecuarios para la ruta de agroturismo de los cantones Colta, Riobamba y Penipe:

Cuadro N°49. Evaluación de los indicadores productivos agropecuarios

INDICADORES PRODUCTIVOS AGROPECUARIOS			
COMPONENTE DE EVALUACION	INDICADOR	VALOR	VALOR OPTIMO
CARACTERISTICAS GENERALES AGROPECUARIAS	DIVERSIDAD DE PRODUCTOS	1	5
	VALOR NUTRICIONAL	2	
	ORIGEN	1	
	PRODUCCIÓN AGRÍCOLA		3
	Hectáreas de producción	1	

INDICADORES PRODUCTIVOS AGROPECUARIOS			
COMPONENTE DE EVALUACION	INDICADOR	VALOR	VALOR OPTIMO
CARACTERISTICAS ESPECÍFICAS AGROPECUARIAS	Época de siembra y cosecha	1	
	Destino de la producción	0,5	
	PRODUCCIÓN PECUARIA		3
	Producción de especies	1	
	Producción de leche	1	
	Destino de la producción	0,5	3
	PRODUCCIÓN PISCÍCOLA		
	Producción de especies	1	
CARACTERISTICAS CULTURALES AGROPECUARIAS	CONOCIMEINTOS Y USOS RELACIONADOS		2
	Sabiduría ecológica	0,5	
	Usos medicinales	0,5	
	Gastronomía	0,5	
	Industria	0	
	TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES		2
	Cuentos	0,5	
	Leyendas	0,5	
	Historias locales	0,5	
	Mitos	0,5	2
	USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS		
	Prácticas comunitarias	0,5	
	Fiestas	0,5	
	Cánticos	0,5	
	Ritos	0,5	
	TOTAL:		15,5

Evaluados los indicadores productivos y agropecuarios, se procede a valorar y jerarquizar la ruta de agroturismo para los cantones Colta, Riobamba y Penipe:

Cuadro N°50. Evaluación y jerarquización de la ruta de agroturismo

EJES ESTRATÉGICOS	CRITERIOS	CALIFICACIÓN	VALOR ÓPTIMO DEL EJE
1. AMBITO ORGANIZACIONAL	1.1 Gobiernos locales		20
	1.1.1 Descentralizados		
	1.1.1.1 Descentralizados con Acciones Turísticas	7	
	1.1.1.2 Descentralizados sin acciones turísticas	0	
	1.2 Organizaciones privadas y comunitarias		
	1.2.1 Sector comunitario		
	1.2.1.1 Sin reconocimiento legal	1	
	1.2.1.2 Con reconocimiento legal	1	
	1.2.2 Sector privado		
	1.2.2.1 Registrados y catastrados	3	
	1.2.2.2 No registrados	1	
	1.2.2.3 ONG's	1	
	Subtotal 1	14	
2. ORDENACIÓN DEL TERRITORIO	2.1 Identificación y articulación de recursos como potenciales atractivos turísticos		20
	2.1.1 Conectividad entre recursos con potencialidad turística	3	
	2.1.2 Conectividad entre recursos con potencialidad turística y poblados	3	
	2.2 Identificación y articulación con espacios turísticos		
	2.2.1 Vías de comunicación	3	
	2.2.2 Infraestructura básica	3	
	Subtotal 2	12	
3. JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS	3.1 Jerarquía IV	0	15
	3.2 Jerarquía III	4	
	3.3 Jerarquía II	3	
	3.4 Jerarquía I	0	
	Subtotal 3	7	
4. OFERTA TURÍSTICA	4.1 Patrimonio natural y cultural		15
	4.1.1 Valor cultural		
	4.1.1.1 Local	0.5	
	4.1.1.2 Nacional	1	
	4.1.1.3 Internacional	0	
4.1.2 Valor natural			

EJES ESTRATÉGICOS	CRITERIOS	CALIFICACIÓN	VALOR ÓPTIMO DEL EJE
	4.1.2.1 Local	0.5	
	4.1.2.2 Nacional	1	
	4.1.2.3 Internacional	0	
	4.2 Servicios turísticos	2	
	4.3 Diversificación de actividades turísticas	3	
	4.4 Definición de ejes temáticos	3	
	Subtotal 4	11	
5. INDICADORES SOCIALES	5.1 Índices de pobreza	3	10
	5.2 Efecto réplica	3	
	Subtotal 5	6	
6. INDICADORES PRODUCTIVOS AGROPECUARIOS	6.1 Características generales agropecuarias		20
	6.1.1 Diversificación de productos principales agropecuarios	5	
	6.2 Características específicas agropecuarias		
	6.2.1 Producción agrícola	2.5	
	6.2.2 Producción pecuaria	2.5	
	6.2.3 Producción piscícola	1	
	6.3 Características culturales agropecuarias		
	6.3.1 Cosas de respeto	1.5	
	6.3.2 Tradiciones y expresiones orales	2	
	6.3.3 Usos sociales, rituales y actos festivos	2	
Subtotal 6	16.5		
TOTAL (Subtotal 1+2+3+4+5+6)		69	100

La ruta de agroturismo para los cantones de Colta, Riobamba y Penipe, alcanzó una categoría de B, la ruta que posee en grado intermedio los ejes estratégicos, lo que denota, que está en proceso de estructuración y de integración, demostrando que esta ruta tiene potencialidad de desarrollo turístico a mediano plazo, para lo cual sugiere la participación de los organismos públicos, privados, comunitarios y de las poblaciones locales asentadas en su trayectoria.

VIII. CONCLUSIONES

1. Se identificaron 24 productos agropecuarios con potencial para integrar una ruta de agroturismo, los cuales a más de conservar elementos culturales valiosos, se encuentran asociados con atractivos turísticos de jerarquía III y IV, así como a una planta turística privada y comunitaria apta para la prestación de servicios.
2. El 10% (461 establecimientos) de la oferta de planta turística disponible en la ruta opera bajo el modelo de gestión de turismo comunitario, esta condición presupone un alto nivel de participación local vinculada no solo a la prestación de servicios sino también a la redistribución de beneficios tanto directos como indirectos producto de la actividad.
3. El mercado nacional registra un 12,8% de demanda con disponibilidad de consumo de una oferta de agroturismo, misma que se ve progresivamente incrementada en los próximos años, en consecuencia, la estructura técnica de la ruta incorpora una serie de atractivos, actividades de naturaleza y culturales compatibles con las actividades agropecuarias de los tres cantones para generar una alternativa de viaje de varios días de duración.
4. El modelo de gestión para la administración y operación del producto agroturístico se basa en los principios de economía solidaria y la estructura comunitaria particular requiere una sólida cohesión organizativa y asociativa para la articulación de la oferta. El producto muestra seguridad en la inversión con un valor positivo de \$ 6.161,44 lo que significa que se recupera el capital invertido a una tasa de interés del 16% anual. Por cada dólar invertido en el producto se produce una rentabilidad de \$0,16 centavos. Para el año 5 se podrá recuperar el capital invertido, a partir de entonces se generarán ganancias netas.
5. La ruta de agroturismo una vez evaluada alcanza la categoría B, condición que demuestra no solo la existencia de potencialidad turística vinculada a los sistemas de producción, sino que además sugiere que tanto su implementación como operación

tengan altos niveles de participación de los organismos públicos, privados y comunitarios asentadas en su trayectoria, de tal manera que las alianzas permitan aprovechar las oportunidades del territorio y el mercado, dirigiéndose a erradicar o disminuir las deficiencias.

IX. RECOMENDACIONES

1. El MAGAP bajo su visión de desarrollo rural, debe fomentar la recuperación y puesta en vigencia de las prácticas, técnicas y conocimientos ancestrales en torno a la producción agropecuaria, generando de esta forma entornos favorables para el ambiente y beneficios socioeconómicos.
2. Mejorar las condiciones de servicios básicos principalmente de saneamiento y accesibilidad en las vías de tercer orden durante la época de invierno, a la par que se fortalezcan las capacidades organizativas de las agrupaciones comunitarias vinculadas al turismo a través de proyectos productivos consecuentes con sus estrategias de desarrollo.
3. Diversificar la oferta de agroturismo en función de los gustos y preferencias de la demanda, para lo cual se debe actualizar el estudio de mercado de forma periódica.
4. Establecer alianzas directas con organizaciones públicas para la implementación de estrategias que procuren mejorar las condiciones del territorio para el fortalecimiento de la ruta, así como incorporar estándares mínimos de calidad para proporcionar el servicio.
5. Para la aplicación de la metodología de evaluación propuesta a otras rutas de similares condiciones en el país, se recomienda hacer una evaluación ex ante del territorio para obtener un conocimiento real de la zona de influencia del producto.

X. RESUMEN

La presente investigación propone: diseñar una ruta de agroturismo en las zonas de intervención del MAGAP, cantones Colta, Riobamba y Penipe de la provincia de Chimborazo; realizando la caracterización de los sistemas de producción agropecuario, se evaluó el potencial turístico para estructurar la ruta técnica estableciendo su factibilidad y se evaluó el producto con una metodología híbrida de varios autores. Identificando 24 productos agropecuarios con potencial para integrar la ruta de agroturismo que conservan elementos culturales valiosos, mismos que se asocian con atractivos turísticos de jerarquía III y IV, así como infraestructura y planta turística privada y comunitaria apta para la prestación de servicios. Se registra un 12,8% de demanda con disponibilidad de consumo de la modalidad de agroturismo, en consecuencia, la estructura técnica de la ruta incorpora atractivos naturales, culturales y actividades compatibles con las agropecuarias de los tres cantones, generando una nueva alternativa de viaje. El modelo de gestión para la administración y operación del producto agroturístico se basa en los principios de economía solidaria y la estructura comunitaria particularidad que requiere una sólida cohesión organizativa y asociativa para la oferta. El producto muestra seguridad en la inversión con un valor positivo de \$ 6.161,44 recuperando el capital invertido a una tasa de interés del 16% anual. Por cada dólar invertido en el producto se produce una rentabilidad de \$0,16 centavos. La ruta de agroturismo evaluada alcanza la categoría B, condición que muestra potencialidad turística vinculada a los sistemas de producción y sugiere una operación que tenga alta participación de los organismos públicos, privados y comunitarios, generando alianzas que permitan aprovechar oportunidades del territorio y mercado, erradicando o disminuyendo deficiencias.



X. SUMARY

This research aims to: design a route of agrotourism in the intervention areas MAGAP, Colta, Penipe and Riobamba cantons and Chimborazo province; the characterization of systems for agricultural production was made, tourism potential was assessed to structure the technical route establishing its feasibility the product whit a hybrid methodology by various authors. 24 identifying agricultural products with the potential to integrate agrotourism route that preserve valuable, same cultural elements associated attraction hierarchy III and IV, as well as private and community infrastructure and tourist facilities suitable for the provision of services. 12.8% of consumer demand availability agro mode, therefore, the technical route structure incorporates natural, cultural attractions and compatible activities with the farming of the three cantons, creating a new travel alternative register. The management model for the administration and operation of the agrotourism product is based on the principles of solidarity economy and community structure characteristic that requires strong organizational and associative cohesion for bid. The product shows investment security with a positive value of \$ \$ 6,161.44, recovering the capital invested at an interest rate of 16% annually. For every dollar invested in the product profitability of \$ 0.16 cents occurs. The path reaches agrotourism evaluated category B, which shows tourist potential condition linked to production system and suggests an operation having high participation of public, private and community organizations, creating partnerships to leverage market opportunities and territory, eradicating or decreasing deficiencies.



XI. BIBLIOGRAFÍA

1. Alarcón, V. (2009). Características del agroturismo. Universidad de Cuenca. Recuperado el 15 de 08 de 2014, de: <http://economia.ucuenca.edu.ec/economia/plantillas/New2009.aspx?id=16200>
2. Alegre, J. & Llorenc, P. (2006). El Paquete Turístico de Todo Incluido: un análisis de sus implicaciones económicas para el caso de las Islas Baleares. Madrid: Cervantes
3. Arboleda, G. (1998). Proyectos Formulación, Evaluación y Control. Bogotá: Legis
4. ASOCIACIÓN DE MONITORES MEDIO AMBIENTALES ALMIJARA. (2008). Turismo Sostenible. Recuperado el 13 de 08 de 2014, de: <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>
5. Briedenhann, & Wickens. (2003). Ruta turística. Recuperado el 15 de 08 de 2014, de: http://www.eumed.net/librosgratis/2012a/1157/las_rutas_turisticas_como_producto_turistico.html
6. Borja, E. (2009). Diseño de un sistema alternativo de producción de energía en la zona ecoturística Chachimbiro. (Tesis de grado. Ingeniería en Ecoturismo). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba
7. Chan, J. (1996). Ruta turística. Universidad Austral de Chile. Recuperado el 15 de 08 de 2014, de: http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/AR_cuerpo.pdf
8. Cobra, M. (2003). Marketing de servicios, estrategias para turismo, finanzas, salud, y Comunicación. Mérida: MCGRAW-HILL
9. Copo, M. (2011) Producto turístico de la operación de turismo comunitario CEBIDAL, comunidad Balda Lupaxi. (Tesis de grado. Ingeniería en Ecoturismo). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba
10. FAO. (2009). CONSIDERACIONES BÁSICAS SOBRE LA AGRICULTURA SOSTENIBLE. Recuperado el 15 de 08 de 2014, de: <http://maelac.files.wordpress.com/2009/09/agricultura-sostenible-consideraciones-basicas-mayo-2009-acta-academica.pdf>

11. Fierro, G., Tierra, P. & Piray, M. (2009). Diseño de rutas temáticas para el desarrollo turístico de la provincia Bolívar. (Tesis de Maestría. Magister en Ecoturismo y Desarrollo Comunitario). Recuperado el 15 de 08 de 2014, de: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/23T0326%20ALVAREZ%20CARLOS%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/23T0326%20ALVAREZ%20CARLOS%20(2).pdf)
12. González Franco, J. & Olovarría Patiño, J. (2008). PRODUCCIÓN PECUARIA. Recuperado el 15 de 08 de 2014, de: <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/3/1024/8.pdf>
13. Hernández, E. (1997). Proyectos Turísticos. Formulación y evaluación. México: Trillas.
14. Hunziker, W. & Krapf, K. (1942). Turismo. Universidad de Murcia. Recuperado el 13 de 08 de 2014, de: <http://www.um.es/aulasenior/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>
15. INEC (2010). Censo de población y vivienda en el Ecuador. Instituto Nacional de estadística y Censos. INEC. Quito
16. INIAP (2010). Guía de cultivos Ecuador. Instituto Nacional Autónomo de Investigación Agropecuaria INIAP. Quito
17. Luque, Y. (2009). Definición del turismo. Recuperado el 12 de 09 de 2014, de: <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml>.
18. Machado, E. & Hernández, Y. (2009). Procedimiento para el Diseño de un Producto Turístico Integrado en Cuba. Recuperado el 12 de 09 de 2014, de: www.teoriaypraxis.uqroo.mx
19. MAGAP. (2011). Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. Agricultura tradicional. Recuperado el 15 de 08 de 2014, de: http://Www.Magrama.Gob.Es/Ministerio/Pags/Biblioteca/Revistas/Pdf_Ays%2fa066_07.Pdf
20. Mazoyert, M. & Roudart, L. (1997). Histoire des agricultures du monde: Du néolithique à la crise contemporaine. París: Du Seuil.
21. MAE, (2004). Ley de gestión ambiental. Evaluación de impacto ambiental. Recuperado el 15 de 08 de 2014, de: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>.
22. MAE, (2014). Mapa del sistema de clasificación ecológica del Ecuador. Quito

23. MINTUR (2007). Plan Nacional de Desarrollo Turístico – PLANDETUR 2020. Quito
24. MINTUR (2008). Reglamento general a la Ley de Turismo. Recuperado el 20 de 12 de 2014, de: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf>
25. MINTUR (2014). Barómetro turístico. Recuperado el 20 de 12 de 2014, de: http://issuu.com/rmedina09/docs/barometro_turistico_ecuador_vol1
26. Mora, & Obando. (1995). Caracterización de los siemas de producción. UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA. Recuperado el 15 de 08 de 2014, de: <http://cenida.una.edu.ni/Tesis/tne16m519.pdf>
27. Noboa, P. Tierra, P. & Otros (2008). Diseño de la ruta de potencialización del turismo sostenible en la Región Amazónica Ecuatoriana. MINTUR. Quito
28. Ocampo, E. (2003). Costos y evaluación de Proyectos. Aclatán: Gasca Sicco.
29. Ogando, P., Mamani, E. & Faría, R. (2006). Actividad Turística: el producto turístico. Universidad Nacional de Cuyo Facultad de Ingeniería Económica, Madrid: MCGRAW-HILL
30. OMT. (2003). GUÍA DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA. Recuperado el 15 de 08 de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/63929688/OMT-Guia-de-Planificacion-Turistica>
31. OMT. (2007). Sustainable Development of Tourism. Recuperado el 13 de 08 de 2014, de <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>.
32. OMT. (2009). Organización Mundial del Turismo OMT. Recuperado el 13 de 08 de 2014, de <http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041347/18%20El%20Sistema%20Tur%C3%ADstico%3A%20Definici%C3%B3n,%20composici%C3%B3n,%20interacciones>.
33. PDOT GAD MUNICAIPAL COLTA. (2011). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Colta. Recuperado el 13 de 08 de 2014, de http://www.comunidadandina.org/predecan/doc/libros/SISTE22/EC/EC_COLTA.pdf
34. PDOT GAD MUNICIPAL RIOBAMBA. (2011). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Penipe. Recuperado el 13 de 08 de 2014, de

- http://www.comunidadandina.org/predecan/doc/libros/SISTE22/EC/EC_RIOBAMBA.pdf
35. PDOT GAD MUNICIPAL PENIPE. (2011). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Penipe. Recuperado el 13 de 08 de 2014, de http://www.comunidadandina.org/predecan/doc/libros/SISTE22/EC/EC_PENIPE.pdf
 36. Pierro, V. (2004). El Agroturismo. Recuperado el 15 de 08 de 2014, de <http://www.suplementorural.com/pdf/agroturismo.pdf>
 37. Ricaurte, C. (2005). Texto Básico de Marketing Turístico. ESPOCH. Riobamba
 38. Spiegel, M. (1975). Teoría y Problemas de Estadística. Estados Unidos: Mc. Graw Hill
 39. Tierra, P. (2009). Estrategias de comercialización para el producto turístico comunitario de Chimborazo. (Tesis de Maestría. Magister en Ecoturismo y Desarrollo Comunitario). Recuperado el 13 de 08 de 2014, de http://www.esPOCH.edu.ec/Descargas/tesis/NANCY_TIERRA_b4221.pdf
 40. Varela, M. (2012). Diseño de un producto turístico basado en los productos patrimoniales agrícolas de la provincia de Chimborazo. (Tesis de grado. Ingeniería en Ecoturismo). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba
 41. Velastegui, H. (2002). Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos. Recuperado el 13 de 08 de 2014, de <http://es.slideshare.net/wilsonvelas/formulacion-de-proyectos-10070189>
 42. Yucta, P. (2003). Ciclo de Proyectos Ecoturísticos. Recuperado el 15 de 08 de 2014, de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=35805585>
 43. Zúñiga, J. (2013). Diseño de circuitos agroturísticos en las zonas de intervención del MAGAP, comunidad San Martín Alto, parroquia Columbe, cantón Colta y parroquia La Candelaria, cantón Penipe provincia de Chimborazo. Prácticas Pre-profesionales I. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba

XII. ANEXO

ANEXO 1: Caracterización de los sistemas de producción agropecuarios

CARACTERIZACIÓN DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIOS	
<u>SISTEMA DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA</u>	<input type="checkbox"/>
<u>SISTEMA DE PRODUCCIÓN PECUARIA</u>	<input type="checkbox"/>
<u>SISTEMA DE PRODUCCIÓN PISCÍCOLA</u>	<input type="checkbox"/>
1. <u>DATOS GENERALES DE REGISTRO</u>	
1.1 Ficha N°: 001	Fotografía
1.2 Fecha: 00/00/0000	
1.3 Elaborado por:	
1.4 Revisado por:	
1.5 Producto principal:	
2. LOCALIZACIÓN	
Cantón	Localidad
Observaciones:	
3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO PRINCIPAL	
3.1. Producto principal (nombre común y nombre científico):	
3.3 Reseña Histórica:	
3.6 Datos de producción:	
3.7 Destino de la producción:	
3.9 Valor nutricional:	
4. CARACTERÍSTICAS DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN	
4.1 DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA	
5. CARACTERÍSTICAS CULTURALES	
5.1 COSAS DE RESPETO	
<u>5.1.1 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el Universo</u>	
Sabiduría ecológica:	
Usos medicinales:	

Gastronomía:

5.1.2 Tradiciones y expresiones orales

Cuentos:

Leyendas:

Historia local:

Mitos:

5.1.3 Usos sociales, rituales y actos festivos

Prácticas comunitarias tradicionales

Fiestas:

Cánticos:

Ritos:

ANEXO 2. Evaluación del potencial turístico

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS NATURALES Y CULTURALES

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD		ENTORNO	ESTADO DE CONSERV.	ACCESO	SERVIC.	ASOC. CON OTROS ATRACTIVOS	SIGNIFICADO				SUMA	JERARQUIA I-II-III-IV
	VALOR INTRINSECO	VALOR EXTRINSECO						LOCAL	PROVIN	NAC.	INT.		
	Max 15	Max 15						Max 10	Max 10	Max 10	Max 10		

MATRIZ RESUMEN DE ATRACTIVOS

NO.	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	VALIDACIÓN
			CATEG	TIPO	SUBTIPO			

ANEXO 5. Análisis de actores

MATRIZ DE INVOLUCRADOS					
INSTITUCIÓN	ROLES	RECURSOS Y MANDATOS	ÁMBITOS DE INTERVENCIÓN	INTERÉS EN LOS PROYECTOS	CONFLICTOS POTENCIALES

ANEXO 6. Validación de atractivos turísticos

VALIDACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS														
NOMBRE DEL ATRACTIVO		CALIDAD		ENTORNO MAX 10	ESTADO DE CONSERVACI MAX 10	ACCESO MAX 10	SERVICIOS MAX 10	ASOCIACION CON OTROS ATRATIVOS MAX 5	SIGNIFICADO				SUMA	JERARQUÍA
		VALOR INTRINSICO MAX 15	VALOR EXTRINSICO MAX 15						LOCAL MAX 2	PROVINCIAL MAX 4	NACIONAL MAX 7	INTERNACIONAL MAX 12		
Laguna de Colta	Evaluación inicial	8	12	7	6	8	6	4			7		58	III
	Validación de la evaluación	7	10	5	5	8	6	4		4			49	III
Carnaval indígena	Evaluación inicial													
	Validación de la evaluación													
Artesanías en totora	Evaluación inicial	5	3	4	3	5	4	2	2				28	II
	Validación de la evaluación	5	5	4	5	4	4	2	2				31	II
Artesanías en lana	Evaluación inicial	5	5	5	5	4	4	5	2				35	II
	Validación de la evaluación	5	5	4	5	5	5	5	2				36	II
Museo histórico del cantón Colta	Evaluación inicial	10	7	5	8	8	4	3	2				47	II
	Validación de la evaluación	10	7	5	5	8	4	3	2				44	II
Feria de Colta	Evaluación inicial	8	5	7	6	8	6	4	2				46	II
	Validación de la evaluación	9	5	5	5	7	5	4	2				42	II
Iglesia de Balbanera	Evaluación inicial	10	12	7	8	8	6	4			7		62	III

	Validación de la evaluación	10	12	6	8	10	7	5			7		65	III
Ruinas de San Francisco	Evaluación inicial	8	15	5	3	5	2	5			7		50	II
	Validación de la evaluación	8	15	5	3	5	2	5			7		50	II
Chicha de maíz o jora	Evaluación inicial													
	Validación de la evaluación													
Mirador puerta de palo	Evaluación inicial	8	7	6	6	5	4	3	2				41	II
	Validación de la evaluación	8	7	6	6	5	4	3	2				41	II
Vertiente Puzurumi	Evaluación inicial	5	3	8	4	2	2	2	2				28	II
	Validación de la evaluación	5	3	8	4	2	2	2	2				28	I
Viviendas ancestrales	Evaluación inicial													
	Validación de la evaluación													
Piedra de moler	Evaluación inicial													
	Validación de la evaluación													
Camino de los ancestros	Evaluación inicial	12	7	6	8	3	2	2	2				42	II
	Validación de la evaluación	12	7	6	8	3	2	2	2				42	II
Juegos tradicionales	Evaluación inicial													
	Validación de la evaluación													
Nevado los Altares	Evaluación inicial	12	12	10	9	5	4	5			7		64	III
	Validación de la evaluación	12	12	10	9	5	4	5			7		64	III
Río Tarau	Evaluación inicial	5	3	5	3	5	5	3	2				31	II
	Validación de la evaluación	5	3	5	3	5	5	3	2				31	II
Laguna de Tazarón	Evaluación inicial	10	7	6	7	5	3	3	2				43	II
	Validación de la evaluación	8	7	6	7	5	3	3	2				41	II
Laguna Hotel	Evaluación inicial	10	10	4	7	5	3	2	2				43	II
	Validación de la evaluación	8	10	4	7	5	3	2	2				41	II
Iglesia Matriz de La Candelaria	Evaluación inicial	8	5	3	4	5	7	3	2				37	I
	Validación de la evaluación	7	5	3	4	5	7	3	2				36	II
Iglesia La Dolorosa	Evaluación inicial	8	7	3	2	4	2	2	2				30	II
	Validación de la evaluación	8	7	3	2	4	2	2	2				30	II
Playas de río Chambo	Evaluación inicial	7	8	6	6	5	2	3	2				39	II

	Validación de la evaluación	7	8	6	6	5	2	3	2				39	II
Cascada Quiriquingue	Evaluación inicial	10	7	4	4	5	1	1	2				34	II
	Validación de la evaluación	10	7	4	4	5	1	1	2				34	II
Cascada Quinioaqui	Evaluación inicial	8	6	4	6	7	1	3	2				37	II
	Validación de la evaluación	8	6	4	6	7	1	3	2				37	II
Iglesia Matriz del cantón Penipe	Evaluación inicial	10	6	4	6	6	3	3	2				40	II
	Validación de la evaluación	10	6	4	6	6	3	3	2				40	II
Volcán Tungurahua	Evaluación inicial	15	15	9	8	7	6	5				12	77	IV
	Validación de la evaluación	14	15	9	8	7	5	5				12	75	IV
Licor de manzana y durazno	Evaluación inicial													
	Validación de la evaluación													
Tortillas de piedra	Evaluación inicial													
	Validación de la evaluación													
Comunidades Indígenas Kichwa	Evaluación inicial													
	Validación de la evaluación													
Morocho de Sal	Evaluación inicial													
	Validación de la evaluación													
Choclos o habas con queso	Evaluación inicial													
	Validación de la evaluación													
Ají de queso	Evaluación inicial													
	Validación de la evaluación													
Caldo de Gallina criolla	Evaluación inicial													
	Validación de la evaluación													
Papas con Cuy	Evaluación inicial													
	Validación de la evaluación													
Hornado con chiruicho	Evaluación inicial													
	Validación de la evaluación													
RPF Chimborazo	Evaluación inicial	15	15	9	9	8	6	5				12	79	IV
	Validación de la evaluación	15	15	9	9	8	6	5				12	79	IV
	Evaluación inicial	8	7	7	6	4	5	2	2				41	II

Granja Guaslán	Validación de la evaluación	8	7	7	6	4	5	2	2				41	II
Quebrada de Chalán	Evaluación inicial	10	10	7	8	6	5	3			7		56	III
	Validación de la evaluación	10	10	7	8	6	5	3			7		56	III
Cerro Tulabug	Evaluación inicial	6	7	7	5	6	3	3	2				39	II
	Validación de la evaluación	6	7	7	5	6	3	3	2				39	II
Bizcochos de Leña	Evaluación inicial													
	Validación de la evaluación													
Museo de Punín	Evaluación inicial	7	7	5	7	7	7	3	2				45	II
	Validación de la evaluación	7	7	5	7	7	7	3	2				45	II
Feria de Tzalarón	Evaluación inicial	8	5	7	6	8	6	4	2				46	II
	Validación de la evaluación	9	5	5	5	7	5	4	2				42	II
Templo de la Iglesia Matriz San Juan Bautista	Evaluación inicial	10	6	4	6	6	3	3	2				40	II
	Validación de la evaluación	10	6	4	6	6	3	3	2				40	II
Granja Agroecológica " El sendero del ensueño"	Evaluación inicial	8	7	7	4	4	5	2	2				39	II
	Validación de la evaluación	8	7	7	4	4	5	2	2				39	II
Leyendas y Mitos	Evaluación inicial													
	Validación de la evaluación													
Centro Histórico Riobamba	Evaluación inicial	12	10	9	8	9	8	5		4			65	III
	Validación de la evaluación	12	10	9	8	9	8	5		4			65	III