



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TEMA:

**Propuesta de Plan de Desarrollo Turístico para el Cantón Colta,
Provincia de Chimborazo**

AUTOR (ES):

**Díaz Díaz, Evelyn Doménica
Gaibor Rodríguez, Rafaela Victoria**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTOR:

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, a los 12 días del mes de septiembre del año 2018



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Evelyn Doménica Díaz Díaz y Rafaela Victoria Gaibor Rodríguez** como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTORA

f. _____
Lcda. Karla Ramírez Iñiguez , Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 12 días del mes de septiembre



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Evelyn Doménica Díaz Díaz

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta de Plan de Desarrollo Turístico para el Cantón Colta, Provincia de Chimborazo** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 12 días del mes de septiembre del año 2018

LA AUTORA

f. _____

Evelyn Doménica Díaz Díaz



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Rafaela Victoria Gaibor Rodríguez

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta de Plan de Desarrollo Turístico para el Cantón Colta, Provincia de Chimborazo** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 12 días del mes de septiembre del año 2018

LA AUTORA

f. _____

Rafaela Victoria Gaibor Rodríguez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Evelyn Doménica Díaz Díaz

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de Plan de Desarrollo Turístico para el Cantón Colta, Provincia de Chimborazo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 12 días del mes de septiembre del año 2018

LA AUTORA:

f. _____
Evelyn Doménica Díaz Díaz



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Rafaela Victoria Gaibor Rodríguez**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de Plan de Desarrollo Turístico para el Cantón Colta, Provincia de Chimborazo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 12 días del mes de septiembre del año 2018

LA AUTORA:

f. _____
Rafaela Victoria Gaibor Rodríguez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Propuesta de Plan de Desarrollo Turístico para el Cantón Colta, Provincia de Chimborazo**, presentado por las estudiantes **Evelyn Doménica Díaz Díaz y Rafaela Victoria Gaibor Rodríguez**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 0 %, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	TT Diaz y Gaibor.docx (D40821131)
Presentado	2018-08-14 19:10 (-05:00)
Presentado por	Karla Ramirez (karla.ramirez83@gmail.com)
Recibido	karla.ramirez01.ucsg@analysis.orkund.com
	0% de estas 37 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

**Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

Agradecimiento

Debo agradecer este gran logro que se da en mi vida, empezando como profesional a mi Dios todo poderoso que sin su ayuda espiritual no hubiera alcanzado esta gran meta, a mis padres y abuelos que son y serán mis pilares fundamentales en mi desarrollo como persona y siempre estuvieron ahí cuando yo más lo necesitaba.

Agradezco a mi compañera de tesis Rafaela Gaibor por ser una excelente persona que estuvo apoyándome incondicionalmente en este duro trabajo.

A mis amigos que a lo largo de esta trayectoria unos son como hermanos, a ellos sin duda alguna agradezco por sus ánimos de que yo culminara esta hermosa etapa de mi vida que es ser una persona profesional, a mi tutora Lcda. Karla Ramírez por darme toda su paciencia, ayuda, y más que todo su dedicación en mí, para que yo pueda culminar este último proyecto de mi vida para ser una profesional en algo que ella ama, y a mi directora de carrera María Belén Salazar que estuvo apoyándome desde el inicio de esta carrera.

Evelyn Doménica Díaz Díaz

Agradecimiento

En primer lugar, quiero agradecer a quien ha forjado mi camino y me ha dirigido por el sendero correcto, a Dios, el que en todo momento está conmigo ayudándome a aprender de mis errores y a no cometerlos otra vez, saliendo siempre adelante a pesar de todas las adversidades que se han presentado en el camino. Eres quien guía el destino de mi vida.

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, todos mis logros se los debo a ustedes porque sin su ayuda tanto económica como moral no podría haber alcanzado esta meta.

Me formaron con reglas y con algunas libertades, pero al final de cuentas ustedes han sido mi motivación más grande para alcanzar cada uno de mis anhelos.

A mi Tutora de Tesis Lcda. Karla Ramírez por ser el apoyo incondicional en la elaboración de este proyecto, Gracias por confiar en mí y sobre todo por todo su conocimiento impartido en las aulas y fuera de ellas

Rafaela Victoria Gaibor Rodríguez

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi Dios que me ha dado fortaleza en momentos difíciles tratando de culminar este gran paso y humildad ante todo, a mis padres Evelyn Díaz y Alex Ortega junto con la ayuda de mis abuelitos Lolita Torres y Hoover Díaz que sin la ayuda de ellos yo no hubiera realizado este logro, este objetivo que es una culminación para mi formación estudiantil y profesional ya que gracias a sus enseñanzas aprendí sobre todo la responsabilidad, honestidad y amabilidad como valores fundamentales dentro de mi familia.

Dedico también este esfuerzo a mis hermanos Axel, Daniel y Gía que a pesar de ser menores a mí me han ayudado en el transcurso de mi vida y en mi formación como persona.

Familia, meta cumplida.....

Evelyn Doménica Díaz Díaz

Dedicatoria

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios y al Divino Niño por haberme permitido llegar a este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi familia que siempre ha estado a mi lado apoyándome a lo largo de mis años de estudio sin ustedes y su apoyo nada de esto sería posible. Va por ustedes, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho por mí.

Y especialmente a TI, quien ha sido mi mano derecha durante todo este tiempo, te agradezco por tu ayuda tan desinteresada, por echarme una mano cuando la necesite, por motivarme siempre a ser una mejor persona tanto en el ámbito personal como en el profesional, simplemente gracias por darme las palabras de aliento cuando sentía que no podía avanzar más, Gracias a todo esto y mucho más hoy puedo ver alcanzada mi meta tan anhelada.

Rafaela Victoria Gaibor Rodríguez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. _____

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.

TUTOR

f. _____

Ing. María Belén Salazar de Guzmán, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Lcda. Aline Gutiérrez Northia, Mgs.

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Díaz Díaz, Evelyn Doménica	
Gaibor Rodríguez, Rafaela Gaybor	

**Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

Índice general

Introducción	21
Explicación de la línea seleccionada.....	22
Formulación del problema	22
Formulación Interrogativa del problema	23
Justificación	23
Objetivos.....	25
Objetivo general.....	25
Objetivos específicos	25
CAPÍTULO 1.-Marcos de la investigación	26
Marco conceptual.....	26
1.2. Marco teórico	28
Marco referencial	32
1 .4 Marco legal	34
Constitución del Ecuador.....	34
COOTAD.....	35
Ley de turismo	36
CAPÍTULO 2: Diagnóstico del sistema turístico actual del cantón Colta.....	38
Gobernanza o superestructura.....	39

Demanda	39
Comunidad receptora	39
Atractivos turísticos	43
Planta Turística	50
CAPITULO 3.-Estudio de mercado para identificar al turista potencial.....	57
Método de investigación	57
Tipo de investigación	57
Enfoque de la investigación	57
Diseño de la investigación	58
Técnicas de recolección de datos	58
Población y muestra	58
Análisis de los resultados	60
Perfil del turista potencial a visitar Colta.....	70
CAPITULO 4.-Propuesta.....	71
Propuesta de plan de desarrollo turístico para el cantón Colta	71
Demanda turística	71
Justificación	71
Importancia	72
Plan de mejora.....	72
Ubicación	72
Beneficiarios directos e indirectos	72

Atractivos relevantes de la laguna de Colta y la Iglesia Balvanera	73
Líneas de turismo a promover.....	73
Problemas encontrados en la salida de Campo	73
Necesidades de intervención de plan de mejora	74
Plan de Promoción	74
Prueba Ácida.....	77
Marketing Mix	78
Fijación de estrategias.....	79
Slogan del destino	79
Conceptualización de la marca	79
Necesidades por eje de acción	80
Proyectos a implementar.....	81
Conclusiones	82
Recomendaciones	83

Índice de tablas

Tabla 1 Población	40
Tabla 2 Nacionalidades	41
Tabla 3 Actividades económicas	42
Tabla 4 Atractivos turísticos	43
Tabla 5 Fiestas populares	48
Tabla 6 Alojamiento	51
Tabla 7 Alimentación	52
Tabla 8 Oferta de transporte	54
Tabla 9 Atractivos de la laguna de Colta	73

Índice de gráficos

Figura 1 Necesidades de Maslow	29
Figura 2 Sistema turístico	37
Figura 3 Vivienda Vernacula	45
Figura 4 Edad	59
Figura 5 Sexo	59
Figura 6 Nivel de estudios	60
Figura 7 Situación laboral	60
Figura 8 Ingresos económicos	61
Figura 9 Convivencia	62
Figura 10 Conocimiento del destino	62
Figura 11 Interés en visitar el destino	63
Figura 12 Actividades turísticas	63
Figura 13 Tipos de turismo	64
Figura 14 Aspectos de importancia	65
Figura 15 Aspectos negativos	66
Figura 16 Medio de organización	66
Figura 17 Presupuesto	67
Figura 18 Preferencias de viaje	68
Figura 19 Medios de información	68

Resumen

La investigación denominada propuesta de Plan de Desarrollo Turístico para el Cantón Colta, Provincia de Chimborazo está conformada por cuatro capítulos bien delimitados que abarcan un marco teórico que sirve de guía y soporte a la investigación, el diagnóstico situacional actual del sistema turístico en el destino, un estudio de mercado para identificar el mercado meta y su comportamiento de consumo habitual. Finalmente, una propuesta diseñada con el fin de ofrecer alternativas e implementar estrategias que permitan mejorar la promoción de atractivos turísticos naturales y culturales del lugar y por ende generar beneficios a cada uno de los actores implicados directa o indirectamente en la actividad turística incluyendo a la comunidad local y al propio turista.

Palabras Claves: Desarrollo turístico, plan de promoción, sistema turístico, Colta, turismo cultural

Abstract

The research called proposal of tourism development plan to Colta city, located in Chimborazo Province is made up of four well-defined chapters that cover a theoretical framework that serves as a guide and support for research, the current situational diagnosis of the tourist system in the destination, a market study to identify the target market and its habitual consumption behavior. Finally, a proposal designed to offer alternatives and implement strategies to improve the promotion of natural and cultural attractions of the place and therefore generate benefits for each of the stakeholders directly or indirectly involved in tourism activities including the community and the tourist.

Key words: Tourism development, promotion plan, tourist system, Colta, cultural tourism.

Introducción

El turismo juega un papel de suma importancia para los países del mundo y Ecuador no es la excepción ya que en los últimos años se ha registrado un incremento en la llegada de turistas a las distintas provincias del país generando un gasto que beneficia a los empresarios y la comunidad local. Esto debido que en el país se ha impulsado la actividad turística a través de las campañas nacionales e internacionales como “Ecuador potencia turística” y “All you need is Ecuador”. Según un artículo publicado por el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2015), la entonces ministra Naranjo explicó que Ecuador fue declarado un mercado objetivo para fomentar el turismo interno ya que genera 4'000.000 USD diarios y 900'000.000 USD al año en turismo interno y que, además, es un excelente generador de empleo.

Ecuador está conformado por cuatro regiones naturales que tienen una riqueza turística única con un gran potencial turístico. En la Región Sierra específicamente en la provincia de Chimborazo se encuentra localizado Colta, el cual se ubica en la carretera Panamericana Sur y posee una superficie de 840 km²; un dato importante es que se encuentra a 20 minutos de una de las ciudades principales que es Riobamba y su diversidad está caracterizada por la presencia de varios ecosistemas donde se encuentran pueblos con etnias indígenas como los quichuas, y mestizos dedicados principalmente a las actividades agrícola, ganadera, y en menor proporción al turismo. (Prefectura de Chimborazo, 2016)

Aunque Colta posee numerosos recursos turísticos con gran potencial tanto por su riqueza histórica- cultural como por su valor natural, la actividad turística no tiene gran peso en la economía del cantón y los atractivos no atraen la atención que merecen; esto se debe principalmente a problemas de infraestructura, falta de inversión y promoción. Por este motivo se propone realizar un Plan de Desarrollo Turístico, basado en un análisis del potencial del destino y a las necesidades de la demanda actual. (Lara, 2015)

El trabajo propuesto está dirigido a desarrollar el turismo dentro del cantón Colta, provincia de Chimborazo, buscando nuevas oportunidades de desarrollo, lo cual permitirá dinamizar el turismo en este importante sector de Chimborazo.

Explicación de la línea seleccionada

Para el desarrollo de la investigación se poseen los recursos necesarios que permitirán solucionar un problema del ámbito turístico a través de una propuesta que abarca un plan de mejora y un plan de marketing enfocado en los principales tipos de turismo que los turistas potenciales prefieren realizar en el destino. Las acciones tomadas permitirán favorecer a la localidad indígena que habita en el lugar especialmente en el preservamiento de la cultura y del medio ambiente.

Formulación del problema

Ecuador posee regiones con una gran diversidad, riqueza natural y un inmenso potencial turístico, algunas de las ciudades que conforman dichas regiones han alcanzado un desarrollo turístico notable debido a que las acciones realizadas por los distintos actores que intervienen en la actividad turística han sido acertadas; por otra parte existen otros destinos como es el caso del cantón Colta que a pesar de sus características idóneas para el fomento del turismo no ha alcanzado el desarrollo esperado en el sector turístico. Esto se debe a varios factores como la falta de investigación previa, una planificación turística adecuada, la limitada inversión pública y privada, y el desinterés por parte de la comunidad local en realizar emprendimientos adecuados.

De acuerdo con cifras del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2011), menos de mil personas tienen un empleo fijo y estable en el cantón, además existe una tasa de pobreza por necesidades básicas insatisfechas del 93.3%. Aunque el cantón Colta representa el 13% la extensión de la provincia aportó apenas con el 1% de los impuestos recaudados en Chimborazo. Como consecuencia de la falta de oportunidades laborales gran parte de la población joven de Colta, emigra a las grandes ciudades Quito, Guayaquil y Riobamba; y esto a su vez origina otro efecto como campos abandonados y la pérdida de la identidad cultural conocido como aculturación.

Otro problema importante es que la mayor parte de los bosques nativos y ecosistemas de páramo del cantón fueron destruidos para ampliar el área agrícola (Prefectura de Chimborazo, 2016). Es decir que la falta de empleo estable obliga a

buscar nuevos recursos en la explotación agrícola que no genera muchos ingresos para los pobladores y es negativa para el ambiente. De hecho, el INEC indica por ejemplo que 77% de la población económicamente activa se dedica a la agricultura mientras que apenas el 0,8% al turismo.

La quema del páramo para crecer los cultivos ya se ha convertido en un problema importante en la provincia de Chimborazo, pues ha llevado a la destrucción de hábitats de especies endémicas como el casi extinto “Jambato Negro” o la amenazada especie de ave “Corremolinos canelo” natural de la Laguna de Colta (Birdlife International, 2018). El ecosistema de humedal de paramo forma parte del ecosistema de Colta y tiene un gran riesgo de desaparecer por la actividad humana, su pérdida significaría la desaparición de múltiples especies animales además del peligro de suministro de agua para la provincia.

A través de un incremento sostenible y responsable en la actividad turística se podría potenciar la industria ecoturística en el Cantón, y mejorar la calidad de vida de los pobladores; ya que el turismo responsable es de las pocas actividades económicas que generan crecimiento económico de una manera sustentable es decir sin afectar la riqueza cultural y natural de una población.

Formulación Interrogativa del problema

¿De qué manera va a incidir en la dinamización del turismo la realización de un plan de Desarrollo Turístico para el Cantón Colta, provincia de Chimborazo?

Justificación

La elección del tema Propuesta de Plan de Desarrollo Turístico para el Cantón Colta, Provincia de Chimborazo surge a raíz de la experiencia personal, ya que se ha evidenciado por medio de viajes realizados al destino, que existen atractivos naturales y culturales con gran potencial turístico para generar negocios rentables que a su vez permitan mejorar la economía del cantón por la generación de nuevas fuentes de empleo y otros beneficios, sin embargo los recursos no son utilizados adecuadamente

y además son desconocidos por los turistas y visitantes debido a un manejo y promoción ineficiente de los mismos.

La limitada innovación en emprendimientos e investigación en el turismo de nuestro país está causando varios fenómenos entre ellos la aculturación, ya que las nuevas generaciones por falta de oportunidades no continúan con sus costumbres y tradiciones y buscan acoplarse en el mercado laboral de ciudades más globalizadas.

La cultura de servicio es uno de los principales factores para el crecimiento turístico de un atractivo o destino, pues el dar un buen trato al turista garantiza su regreso, pero esto depende de las estrategias que se desarrollen, las cuales deben adentrarse en el tema de la innovación y las buenas prácticas. Debido a esto se resalta la importancia de trabajar en el planteamiento de un proyecto que permita explorar las diferentes riquezas naturales y culturales del Cantón Colta, localizado en la Provincia de Chimborazo, puesto que es un lugar que ofrece gran diversidad y enseñanza cultural.

A su vez podría ser trabajado como un proyecto social, el cual consista en capacitar a los pobladores sobre las habilidades que tenga cada uno y puedan realizar actividades que sean ofrecidas a los turistas y así se generen nuevas fuentes de ingreso para la comunidad local. La finalidad del proyecto es lograr posicionar el Cantón Colta como un punto de gran importancia turística de la Provincia de Chimborazo.

Objetivos

Objetivo general

Proponer un Plan de Desarrollo Turístico para el Cantón Colta, Provincia de Chimborazo a través de la caracterización de la oferta turística y la determinación de las necesidades del mercado

Objetivos específicos

1. Diagnosticar el estado del sistema turístico del Cantón Colta, para levantar la línea base
2. Caracterizar la oferta y demanda turística del Cantón Colta mediante un análisis de mercado para determinar necesidades del mercado meta.
3. Proponer un plan de desarrollo turístico para posicionar al Cantón Colta que promueva la oferta turística de la provincia de Chimborazo.

CAPÍTULO 1.-Marcos de la investigación

La fundamentación teórica del tema de investigación propuesto comprende cuatro partes bien definidas en las cuales se explican y relacionan las conceptualizaciones, teorías, leyes e investigaciones similares realizadas por otros autores que ayudaran a dar un soporte al tema.

Marco conceptual

Visitante

Según Rilo (2018), visitante se considera “aquella persona que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento, ya sea colectivo o privado”. (p. 55)

Turista

Se denomina turista “a la persona que viaja `por motivos de vacaciones, ocio o recreo, aunque en la actualidad, debido al desarrollo de esta actividad, la motivación del viaje se ha ampliado.” (Cabarcos, 2010, p.2). Ahora los propósitos de viajes van más allá de una simple estadía, pueden tener fines culturales, religiosos, gastronómicos, etc.

Excursionista

En una investigación realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2014, p.3), el excursionista se refiere a los visitantes que se desplazan fuera de su entorno habitual retornando a este el mismo día. También se pueden llamar excursionistas a las personas que se trasladan en cruceros debido a que poseen una estancia corta en los puertos.

Consumidor

Este término hace referencia a la persona que compra un bien o un determinado servicio ofertado por productores u ofertantes con el objetivo de satisfacer necesidades o deseos. Según Schiffman y Kanuk (2005):

Aunque todos los seres humanos son consumidores ya que a diario necesitan de alimento, vestido, ropa, transporte, educación y más; es necesario

diferenciar los dos tipos de consumidores. El personal es aquel que compra bienes y servicios para consumo propio o el de la familia y amigos; mientras que el consumidor organizacional lo conforman entidades gubernamentales o privadas y organizaciones con o sin fines de lucro; las cuales deben adquirir productos para mantener sus operaciones. (p. 8)

Plan de desarrollo turístico local

En 2018 en una guía desarrollada por el Ministerio de Turismo de Perú establecieron que un plan de desarrollo turístico local está compuesto por una serie de fases dentro de un periodo determinado, las cuales conllevan estrategias para medir el alcance de los objetivos. El pilar fundamental es la planificación y funcionarios gubernamentales o estatales que apoyen el crecimiento. El segundo pilar es la restauración de la planta turística, con ello se proyecta un producto turístico y un servicio que va de la mano con los habitantes de la localidad; y como última instancia la promoción turística local.

Mercado meta

En el ámbito económico se entiende la palabra mercado como un conjunto de personas que consumen o son susceptibles a consumir un producto ya sea este un bien o servicio. Dependiendo de varios factores como la edad, gustos y preferencias, educación, estado civil, etc. se forman varios mercados distintos hacia el cual las marcas u organizaciones deben apuntar con diseños de productos específicos para cada uno.

Según Prieto (2013) el mercado meta es el conjunto de compradores o usuarios del mercado potencial que tienen necesidades o características comunes, a las cuales la empresa decide atender en el corto plazo. (p. 24)

Línea base

De acuerdo al Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología (2015), la línea base de la investigación abarca la descripción en detalle de todo lo que existe en un área de influencia donde se ubica el proyecto antes de que se desarrolle, y se toma en cuenta todos aquellos atributos relevantes, la situación actual y su posible evolución.

1.2. Marco teórico

Teoría general de los sistemas

Para analizar la teoría general de sistemas aplicada al sector turístico es de vital importancia señalar que el turismo es aquel que realiza una persona por diversas motivaciones cuando se traslada a un lugar o destino diferente al de su residencia habitual por un lapso mayor a 24 días y menor a un año. Para identificar si un destino posee potencial para alcanzar un desarrollo que genere beneficios se debe de analizar cada uno de los elementos que comprende el sistema turístico. (González, 2015, p. 207)

La gobernanza es un componente que regula y dirige las actividades relacionadas al turismo a través de los distintos organismos públicos y privados; leyes y estatutos. La demanda se considera uno de los elementos más importantes puesto que si no existe una necesidad, motivación o deseo por parte de una persona de visitar un lugar la actividad turística no se desarrollaría. Por otra parte, la infraestructura engloba a aquellos servicios básicos que un destino debe poseer para que el turismo se desarrolle sin ningún problema. Los Atractivos turísticos naturales o culturales son considerados la raíz del sistema ya que los demás componentes giran en torno a ellos. Finalmente, la oferta turística compuesta por los servicios y bienes turísticos que se ofertan en un destino; y la comunidad que recibe los impactos positivos y negativos de la actividad. (Cardoso, Cerecedo & Ramos, 2013, p. 28)

Un producto turístico se elaborará a partir de los elementos analizados anteriormente, estará conformado por bienes o servicios ofertados y consumidos en el mercado turístico, y será la razón principal por la cual los turistas son motivados a visitar un destino. (Ricaurte, 2009, p.15)

Teoría del comportamiento del consumidor

De acuerdo con varios autores importantes que han estudiado al consumidor entre ellos Philip Kotler se menciona que el consumidor o usuario final de un bien o servicio es aquel que disfruta la compra, y que analizar su comportamiento es importante con el fin de identificar sus gustos y preferencias para diseñar productos específicos. Además, señala que la comunicación bidireccional entre la empresa que oferta el servicio y el usuario que consume se realiza con el objetivo de dar un seguimiento a las opiniones y experiencias que crearon los bienes consumidos en el consumidor final.

Por otra parte, para Rodríguez y Rabadán (2015), las preferencias de los consumidores se dirigirán hacia aquellos productos que satisfagan sus necesidades emergentes y estén dentro de su poder adquisitivo. La teoría además parte de la idea de que previo a elegir un bien o una marca, los usuarios analizan la información que poseen a través de diversos medios como opiniones en redes sociales o recomendaciones de otras personas que consumieron la marca para luego procesarla y finalmente tomar una decisión o elección de compra. (p. 51)

Es importante también detallar que “los factores determinantes que pueden afectar la decisión de compra son el deseo de la persona por adquirir un bien, el perfil de esta persona, el precio y la calidad del producto” (Santos, et al, 2012, p. 65).

Con respecto al tema de investigación propuesta de desarrollo turístico para el cantón Colta, existe un grupo clave que debe ser analizado y este es los turistas potenciales que visitar el destino, para ello se realiza un estudio de mercado para entender y analizar sus gustos, preferencias y motivaciones de viaje; lo que permitirá crear estrategias de promoción adecuadas al segmento.

Teoría de la motivación de Maslow

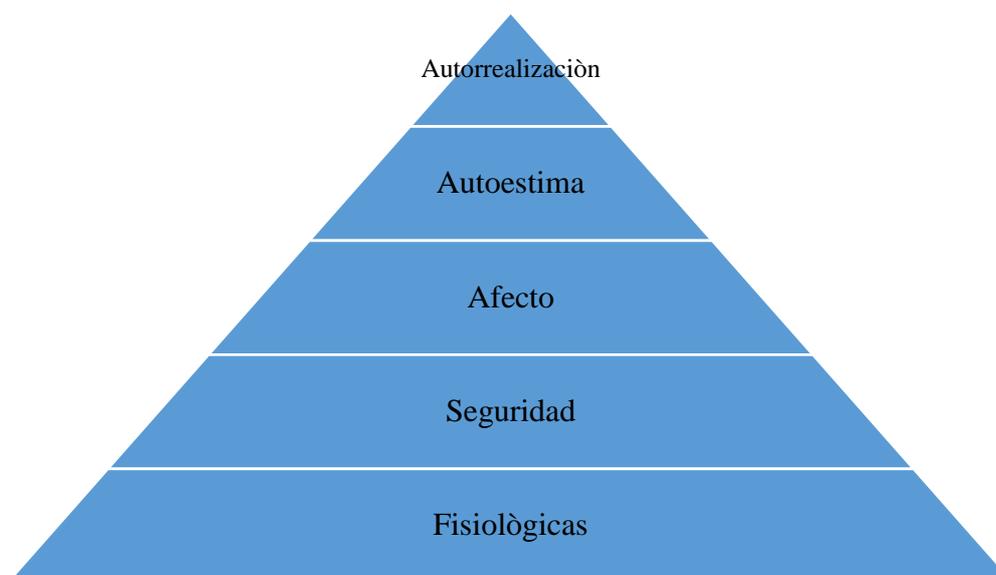


Figura 1. Jerarquía de necesidades de Maslow. Adaptado de “Liderazgo y motivación de equipos de trabajo” por M. Palomo, ebooks, 6ta edición, (p.92)

Esta teoría propuesta por el psicólogo estadounidense Abraham Maslow (2012) en el siglo XIX, con el objetivo de conocer la motivación humana para realizar determinadas acciones ha contribuido notablemente a diversas áreas como la gestión empresarial y el comportamiento organizacional (p. 25). En el proyecto de investigación se analiza la teoría desde el punto de vista del sector turístico para comprender qué clase de producto consumirá el turista potencial a visitar el cantón Colta.

Existe una jerarquización de las necesidades del ser humano ver figura1, Maslow plantea una pirámide con cinco jerarquías y factores bien definidos que motivan a las personas a satisfacer necesidades. Según Quintero (s.f), las necesidades humanas en orden ascendente son: a) necesidades fisiológicas, b) necesidades de seguridad, c) necesidades sociales de amor y pertenencia, d) necesidades de estima, y e) necesidades de auto realización. Basándose en el modelo a medida que el ser humano satisface necesidades de un nivel surgen otros nuevos niveles a satisfacer (Palomo, 2010).

Se puede inferir entonces que un individuo tomara la decisión de consumir algún producto turístico solo cuando exista una motivación y haya satisfecho por lo menos las necesidades de los dos primeros niveles de la pirámide. En lo que corresponde a

las motivaciones para viajar según Araújo y Sevilha (2017), en el mundo actual son la búsqueda del autoconocimiento, el crecimiento personal, la autenticidad y la libertad.

En el campo del turismo esta teoría se ha consolidado porque los turistas también presentan necesidades y se convierten en consumidores al momento de adquirir un servicio o un bien; por lo que adecuando las necesidades de la pirámide de Maslow a la de los turistas se obtiene un sin número de oportunidades para satisfacer y cumplir con las expectativas de estos.

Teoría del desarrollo

Diversos autores entre ellos Berger (2007), argumentan que el desarrollo supone un procedimiento de evolución constante en distintas áreas del ser humano con el fin de resolver crisis o fenómenos presentes en el mundo globalizado, y es irrealizable sin un apropiado crecimiento económico, pues de ello depende lograr un bienestar en la sociedad. Pero de donde se origina el concepto del término estudiado pues al finalizarse la segunda guerra mundial debido a que las consecuencias que dejó en el mundo este conflicto fueron considerables no solo por la pérdida de vidas, sino por el estancamiento económico de los países que participaron directa e indirectamente.

Marco referencial

De acuerdo con estudios realizados anteriormente se evidencia que el cantón Colta tiene potencial para desarrollarse turísticamente y se desea explotarlo debidamente sin perjudicar al medio ambiente y de una manera sustentable. Debido a esto, varios profesionales del sector turístico han propuesto planes de desarrollo con el objetivo de aprovechar los recursos que el destino tiene.

Una de las referencias tomadas como guía para el estudio es el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico en el Cantón Pallatanga de la Provincia de Chimborazo realizado por Campi y Mora (2015), el cual tenía como propósito aumentar el ingreso económico por turismo en el cantón a través del incremento en la llegada de turistas y de un mayor porcentaje de gasto turístico por persona.

Campi y Mora (2015), mencionaron que las estrategias utilizadas para cumplir con el objetivo principal de la propuesta se concentraban en fortalecer los productos turísticos del cantón y de esta manera generar un incremento en la llegada de visitantes y consecuentemente en el gasto por visitante. Otra de las acciones que se buscan crear con la propuesta es la elaboración de programas y proyectos que contribuyan a un cambio en los principales medios de producción del cantón, especialmente en el sector turístico con el fin de generar rentabilidad de forma sostenible, para un progreso continuo del lugar y una mejora en la calidad de vida de la comunidad local.

Al culminar la investigación se notó que el cantón necesitaba estrategias que aporten significativamente al servicio turístico, puesto que según varios autores el trato cordial y las buenas experiencias recibidas son las principales razones por las que el turista regresa. La carencia de un adecuado servicio al cliente se da principalmente por la falta de un Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo, puesto a que esta ayuda a un progreso continuo para el ámbito turístico. (Campi & Mora, 2015)

Como conclusión se afirma que el cantón posee los recursos y atractivos turísticos que pueden ser explotados, por lo cual el destino está en vías de desarrollo, pero carece de una correcta gestión. Es por este motivo que se creó el plan, para establecer el conjunto de normas y directrices que puedan ayudar al desarrollo económico y turístico de Pallatanga. (Campi & Mora, 2015)

Por otra parte, gallegos (2016), planteo el “Plan de Desarrollo Turístico para el cantón Loreto, provincia de Orellana”, el cual se elaboró en la ciudad de Riobamba con el fin de averiguar cuáles son los principales recursos que se deben considerar para su desarrollo turístico. Durante el desarrollo de la investigación y del inventario de atractivos turísticos que se realizó en la zona se pudo determinar que el lugar tiene 41 recursos naturales que en su totalidad son de jerarquía I y II, y 12 recursos culturales sin jerarquizar. Por lo cual la aplicación de este proyecto puede lograr establecer las bases para mejorar el desarrollo del turismo, así como un impulso en la economía de sus habitantes. Lo que recalca el autor es que Loreto tiene el potencial y recursos para convertirse en un destino turístico competitivo nacional e internacional. (Gallegos, 2016)

Otro ejemplo de investigación que se puede mencionar es el de Herrera (2017), denominado “Plan de desarrollo turístico para la parroquia Dayuma, cantón Francisco de Orellana, provincia De Orellana”. En esta propuesta se desea aportar al desarrollo local, mediante programas y proyectos, que fomenten el uso sostenible de sus recursos tanto naturales como culturales, con el fin de mejorar la actividad turística, económica y la mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Al término de la investigación se concluye que la elaboración y posterior implementación de estrategias podría elevar el potencial turístico que tiene la parroquia con sus 6 atractivos naturales de jerarquía I y II, 4 atractivos culturales jerarquía I y II. Y así lograr un desarrollo no solo en ámbito turístico, sino que también las personas de la comunidad local va a poder beneficiarse de la actividad a través de empleos y aumento de ingresos. (Herrera, 2017)

Como se observa la elaboración de un Plan de Desarrollo Turístico, es muy importante porque brinda las pautas de cómo administrar correctamente los recursos para el bien de toda su población con el fin de crear beneficios a la misma. Por lo cual este proyecto, tomando como referencia todos los ejemplos anteriores, se basa en la creación de un Plan de Desarrollo Turístico para el Cantón Colta, Provincia de Chimborazo.

- **Plan de desarrollo turístico de la parroquia Alàquez, cantón Latacunga**

El proyecto de investigación Plan de desarrollo turístico de la parroquia Alàquez, cantón Latacunga fue tomado como referencia porque es un destino parecido al cantón Colta ya que se encuentra localizado en la región sierra y posee un atractivo importante que es la Laguna de Quilindaña. Los objetivos principales del trabajo realizado por Ruales (2015), consistían en realizar un diagnóstico situacional para conocer la realidad turística en la parroquia Alàquez, elaborar un inventario de atractivos turísticos utilizando la metodología del Ministerio de Turismo de Ecuador y establecer líneas de acción a través de la creación de programas que potencien el desarrollo turístico del destino antes mencionado.

Los programas propuestos para lograr un desarrollo turístico sostenible consistían en la implementación de eco talleres para capacitar a los habitantes y visitantes en el adecuado uso de los recursos con el fin de preservar el medio ambiente, elaboración de señalética turística y mejoramiento de las facilidades turísticas, y un plan de marketing enfocado en la promoción turística de manera sostenible del destino Alàquez.

El plan de desarrollo propuesto estaba acorde con las políticas del PLANDETUR 2020 y apuntaba a cumplir con los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo como una herramienta para alcanzar el SUMAW KAUSAY (el buen vivir) para la comunidad local. Es importante resaltar que entre las instituciones interesadas en ejecutar la propuesta y financiarla se encontraban el GAD provincial de Cotopaxi, el GAD cantonal de Latacunga, y el GAD parroquial de Alàquez. (Ruales, 2015, p. 163)

1.4 Marco legal

Constitución del Ecuador

Según el abogado Ponce (2015), la constitución es la ley originaria de un pueblo; aquella ley fundamental de la organización del Estado; regula la forma o sistema de gobierno de un país. En la constitución del Ecuador del año 2008 encontramos los siguientes artículos que fundamentan la investigación propuesta:

Art. 241.- Los gobiernos autónomos descentralizados de las regiones, distritos metropolitanos, provincias y cantones tendrán facultades legislativas en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales. Las juntas parroquiales rurales tendrán

facultades reglamentarias. Todos los gobiernos autónomos descentralizados ejercerán facultades ejecutivas en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales.

Art. 242.- La planificación garantizará el ordenamiento territorial y será obligatoria en todos los gobiernos autónomos descentralizados.

Art. 243.- El Estado se organiza territorialmente en regiones, provincias, cantones y parroquias rurales. Por razones de conservación ambiental, étnico culturales o de población podrán constituirse regímenes especiales.

Art. 249.- Se reconocen las comunidades, comunas, recintos, barrios y parroquias urbanas. La ley regulará su existencia con la finalidad de que sean consideradas como unidades básicas de participación en los gobiernos autónomos descentralizados y en el sistema nacional de planificación.

En el capítulo cuatro art. 262.- relacionado al régimen de competencias se encuentra que los gobiernos municipales tendrán la competencia exclusiva de la planificación y desarrollo del cantón.

COOTAD

El significado de las siglas es Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, el cual desarrolla lo establecido en la Constitución y establece el marco legal para la organización territorial y el funcionamiento de los gobiernos autónomos descentralizados.

El Código está conformado de 9 títulos, 599 artículos, 9 disposiciones generales, 31 disposiciones transitorias y 2 disposiciones derogatorias y reformativas, que se establecen en un solo cuerpo normativo de lo contenido en la Ley de Régimen Municipal, la Ley de Régimen Provincial, la Ley de Juntas Parroquiales, La Ley de Descentralización del Estado y Participación Social. (Código Orgánico de Organización Territorial, 2016)

En el artículo 55 se establece como competencia exclusiva la de planificar y desarrollar los programas que permitan regular y controlar la ocupación del suelo, todo esto involucrando a los distintos actores públicos y de la sociedad. (Gallegos, 20 16)

El artículo 294 establece que:

Los gobiernos autónomos descentralizados, con la participación protagónica de la ciudadanía, planificarán estratégicamente su desarrollo con visión de largo plazo considerando las particularidades de su jurisdicción, que además permitan ordenar la localización de las acciones públicas en función de las cualidades territoriales.

El Artículo 296 con respecto al ordenamiento territorial:

El ordenamiento territorial comprende un conjunto de políticas democráticas y participativas de los gobiernos autónomos descentralizados que permiten su apropiado desarrollo territorial, así como una concepción de la planificación con autonomía para la gestión territorial, que parte de lo local a lo regional en la interacción de planes que posibiliten la construcción de un proyecto nacional, basado en el reconocimiento y la valoración de la diversidad cultural y la proyección espacial de las políticas sociales, económicas y ambientales, proponiendo un nivel adecuado de bienestar a la población en donde prime la preservación del ambiente para las futuras generaciones.

Ley de turismo

En el campo turístico los artículos que se relación con la investigación según el Ministerio de Turismo del Ecuador en su ley de turismo (2002), son los siguientes:

Según el artículo 2 se entiende por Turismo al ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos. (Ley de turismo, 2002, p. 1)

El artículo 3 menciona los principios de la actividad turística, de los cuales los más importantes para el estudio de la propuesta incluyen la participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización; el fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas; la conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y, la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina,

montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos. (Ley de turismo, 2002, p. 1)

CAPÍTULO 2: Diagnóstico del sistema turístico actual del cantón

Colta

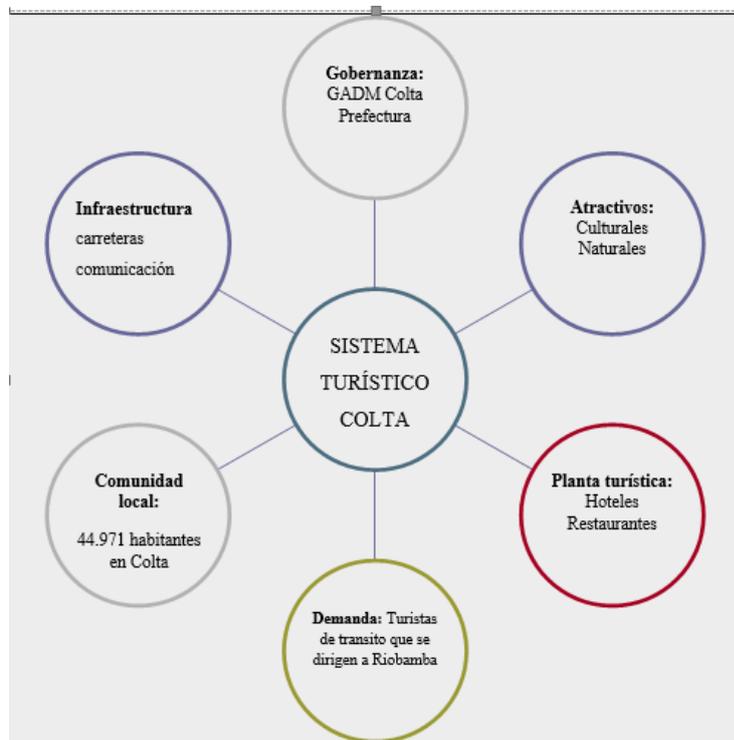


Figura 2. Sistema turístico de Colta. Fuente: basado en el sistema turístico de Molina, información obtenida en el trabajo de González, 2016.

En el trabajo realizado por González (2016) definió al sistema turístico como: un sistema abierto a todo tipo de influencias del entorno turístico con todo tipo de variables y factores a considerar; al que se le añade el entorno de gestión y de operaciones, sumados a todo tipo de factores económicos, socioculturales tecnológicos, etc. (p. 101)

En el presente trabajo de investigación se definió al sistema turístico como: “Un conjunto abierto de procesos interconectados con su entorno en el que se establece una especie de trueques, y este se encuentra integrado por un subconjunto de seis subsistemas los cuales se relacionan entre sí para llegar a un objetivo común.” (Molina, 1998)

Gobernanza o superestructura

La gobernanza, también llamada Superestructura ha de entenderse como parte de los procesos de decisión público-privados cuyo objeto es la mejora en la gestión de los conflictos que de manera inevitable provoca la actividad en el destino. (Miralbell, Arcarons, Capella, González & Pallas, 2010, p. 139). Colta fue cantonizado el 27 de febrero de 1884, de acuerdo con la Constitución y Ley Orgánica de Régimen Municipal, la gestión urbana, la provisión de servicios básicos, el ordenamiento territorial, cuidado y mantenimiento de espacios públicos, así como regulación y fomento del turismo dentro del cantón corresponde al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Colta (GADM Colta), el cual está dirigido por el actual alcalde del cantón, el Ingeniero Hermel Tayupanda.

El cantón Colta al pertenecer a la provincia de Chimborazo también está sujeto al accionar de la Prefectura Provincial, la cual está dirigida por el abogado Mariano Curicama y se encarga de la gestión de las vías intercantonales, así como diversos proyectos de desarrollo comunitario y social. Mientras que la función de dar promoción nacional e internacional de los atractivos turísticos del cantón corresponde a la Dirección Zonal 3 del Ministerio de Turismo con sede en Riobamba, hoy en día presidido por la Lcda. Balvanera Cruz.

Demanda

La Demanda turística se compone por los visitantes quienes además de utilizar los espacios y servicios y disfrutar de las atracciones son responsables de inyectar ingresos al destino y darle impulso al sistema. Al momento no existen cifras del número de visitantes de Colta, pero la mayoría de los visitantes suelen dirigirse a conocer la Laguna de Colta y la Iglesia de Balbanera y proceden a seguir su viaje o tienen como destino la ciudad de Riobamba.

Comunidad receptora

Monterrubio (2015) en su estudio resalto que la comunidad receptora está determinada por la población residente de un destino, quienes directa o indirectamente también poseen un grado de participación del sistema turístico. De acuerdo con cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC, 2010), el Cantón Colta en su superficie de 840 km² tiene una población de 44.971 habitantes; tiene una temperatura

media de 13.4 grados centígrados; y una precipitación media de 200 a 500 ms. (Escuela Superior Politécnica del Chimborazo, 2010)

El cantón tiene como límites: a) Norte: Cantón Riobamba, b) Sur: Cantones Pallatanga y Guamote, c) Este: Cantón Guamote, y d) Oeste: Provincia de Bolívar. Además, está compuesto por cuatro parroquias rurales, y una parroquia urbana ver tabla 1.

Tabla 1
Población de las Parroquias de Colta

Parroquias del Cantón Colta			
Nombre de la Parroquia	Urbano	Rural	total
Cañi	-	962	962
Columbe	-	15.862	15.862
Juan de Velasco (Pangor)	-	3.918	3.918
Santiago de quito	-	5.668	5.668
Villa la unión	2.313	16.248	18.561
Total	2.313	42.658	44.971

Nota: Tomado de “Cantón Colta”: por Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), s.f. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonales/Chimborazo/Fasciculo_Colta.pdf

De acuerdo con cifras del INEC (2010), el 87,38% de la población de Colta se identifica como indígena, mientras que el 12,22% se identifica como mestizo y apenas el 0,24% como blanco. La mayoría de la población es bilingüe, es decir hablan kichwa y español. Dentro de la nacionalidad indígena, la mayoría de las habitantes se identifican como Kichwas-Puruhua.

La nacionalidad kichua de Colta ver tabla 2, tiene orígenes en el pueblo Puruhua nativo de la provincia de Chimborazo e históricamente Colta fue su antigua capital, según los relatos del Padre Juan de Velazco este fue el lugar de nacimiento de los reyes de la dinastía Duchicela antes de la llegada de los Quitus-Caras a la región. Por este motivo es denominada como la cuna de la nación Puruhua. (GADM Colta, 2014)

Tabla 2

Nacionalidades indígenas del Cantón Colta

Pueblos indígenas presentes en Colta	
Nacionalidad Kichwa - Puruhua	Aychabugs-Cachas
	Coltas
	Gahuijones
	Gatazos
	Llinllines
	Ocpotes
	Pulucates
	Sicalpas
	Trojes
	Galtes

Nota: Tomado de: “*Plan de Ordenamiento Territorial por GADM Colta*”, por Equipo Técnico de Ordenamiento Territorial del GAD Colta, 2014, Municipio de Colta.

Con respecto a la economía del Cantón, según datos del INEC el 77,00% de la Población Económicamente Activa (PEA) de Colta trabaja en el sector primario, apenas el 4,74% en el sector secundario mientras que el 18,25% se dedica al sector terciario. La agricultura y la ganadería son la mayor ocupación de la población, el comercio al por mayor y al por menor representan al 8,08% de la economía, le siguen la enseñanza (3,72%) y la construcción (3,41%). Mientras que las actividades turísticas como “alojamiento y servicio de comidas” apenas emplean a 115 habitantes y representan tan solo el 1.89% del PEA local. (GADM Colta, 2014, p.5)

Un grave problema social es la concentración de pobreza en el Cantón de acuerdo con el censo, el 93.84% de la población vive en un estado de pobreza extrema por necesidades básicas insatisfechas (NBI). Esto originó que gran parte de la población haya decidido migrar dentro y fuera del Ecuador. En efecto las predicciones estadísticas del cantón muestran que en vez de aumentar la población de Colta va a disminuir, especialmente los jóvenes, mientras que solo el grupo de adultos mayores tiene tendencias de crecimiento. (GADM Colta, 2014)

Según el Censo, los principales destinos de los colteños en el exterior son España, Venezuela y Estados Unidos. Mientras que en Ecuador emigran a Riobamba, Guayas y Pichincha. Para paliar el problema de pobreza existen programas de asistencia social como el bono de desarrollo humano En el cantón Colta, el programa

con mayor cobertura es el del Bono de Desarrollo Humano para madres y adultos mayores; y otro programa dirigido a personas con discapacidad.

Organizaciones comunitarias

Antes de referirse al tema de organizaciones comunitarias es necesario definir dos términos principales para facilitar su comprensión. Estos son:

Asociación: término que involucra a un conjunto de mínimo 5 personas con fines sociales que involucren la búsqueda y contribución al bien común de todos los miembros.

Comuna: Según Pérez (2006), se denomina comuna a un “Centro poblado existente sin categoría de parroquia, y que se conoce como caserío, anejo, barrio, partido, comunidad, parcialidad o cualquier otra designación” (p. 86).

En Colta existen dos tipos principales de organización social que son las asociaciones y las comunas sumadas dan un total de 300 ver tabla 3.

Tabla 3
Detalle de las actividades económicas del cantón Colta

Descripción de la actividad	No de Organizaciones	Porcentaje
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	2	0.67%
Explotación de minas y canteras	1	0.33%
Industrias manufactureras	2	0.67%
Construcción	3	1%
Comercio	3	1%
Transporte	1	0.33%
Intermediación financiera	16	5.33%
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	1	0.33%
Administración pública y defensa; planes de seguridad	4	1.33%
social		
Enseñanza	4	1.33%
Servicios Sociales y de Salud	114	38%
Actividades comunitarias sociales	147	49%
Organizaciones y órganos extraterritoriales	1	0.33%
Sin actividad económica –CIU	1	0.33%
TOTAL	300	100%

Nota: Tomado de Memoria Técnica Cantón Colta, por Secretaría de Planificación y Desarrollo. 2013.

Atractivos turísticos

Tabla 4

Principales atractivos turísticos del Cantón Colta

Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Laguna de Colta	Natural	Ambiente lacustre	Laguna	IV
Aguas termales de Miraflores	Natural	Aguas subterráneas	Aguas termales	II
Volcán Tugurahuilla	Natural	Montañas	Volcán	II
Páramo de Llulluca	Natural	Bosques	Páramo	II
Identidad Puruhua	Manifestaciones culturales	Etnografía	Grupos étnicos	III
Iglesia de la Balbanera	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura religiosa	IV
Ruinas de la Antigua Riobamba o Sicalpa	Manifestaciones culturales	Históricas	Sitios arqueológicos	III
Archibasilica de Nuestra Señora de las Nieves de Sicalpa	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura religiosa	III
Catacumbas de la Archibasilica	Manifestaciones culturales	Históricas	Sitios arqueológicos	III
Iglesia de san Lorenzo de Sicalpa	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura religiosa	III
Santuario de Santo Cristo	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura religiosa	III
Casa del sabio Pedro Vicente Maldonado	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura civil	III
Museo Histórico	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas científicas y artísticas contemporáneas	Museos contemporáneos	III
Fiestas populares	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	III
Gastronomía tradicional	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Gastronomía	III
Total de atractivos			15	

Fuente: Manual de atractivos turísticos por Ministerio de Turismo, 2017.

Los atractivos turísticos son considerados por Ricaurte (2009), como el origen del sistema turístico pues son los que motivan la decisión de viaje). Estos se clasifican en sitios naturales y manifestaciones culturales y en el Ecuador están categorizados de acuerdo con los parámetros de Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador, elaborada en el año 2017 por el Ministerio de Turismo.

Todos los atractivos detallados a continuación están clasificados según la nueva categorización vigente. La información sobre los atractivos a continuación proviene del Inventario de Atractivos de la Provincia de Chimborazo realizado por la Subsecretaría de Turismo Zonal 3 en conjunto con la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH) al 2004 y a la observación directa.

Atractivos naturales

Áreas Naturales Protegidas

En el Ecuador los sectores geográficos que tienen una importancia para la conservación ambiental se ubican dentro del programa de Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE) y también dentro de bosques y vegetación protectora declarada por el Ministerio de Ambiente del Ecuador. Colta contiene una superficie de 2 128,43 ha del Bosque Protector Cashca Totoras, el cual fue llamado de esa forma por la presencia del árbol cashca y la ubicación de la comuna Totoras.

Laguna de Colta

Atractivo de categoría natural que se encuentra a 18km de la ciudad turística de Riobamba. Gran parte de las especies de flora y fauna de este atractivo se han extinguido por diversos factores como la caza ilegal y la contaminación. Sin embargo, aún existen aves que migran para pasar el invierno en las orillas de la laguna. (Escuela Superior Politécnica del Chimborazo, 2010)

Aguas Termales de Mirafior

Localizada en la entrada a la parroquia Columbe a orillas del Río Gaushi, es un atractivo de categoría natural y caracterizada por las aguas medicinales que emergen de unas rocas, formando un pozo de 3 m x 2 m. El agua es templada y transparente, debido a esto el atractivo es muy visitado en la madrugada por personas que acuden a bañarse para sanar enfermedades y aliviar dolencias. (Escuela Superior Politécnica del Chimborazo, 2010)

Volcán Tungurahuilla

Ubicado en la comunidad San Javier de Tungurahuilla, a 7 km. De Villa la Unión, con una altitud de 3400 m.s.n.m., temperatura promedio de 10 a 12° C., su morfología es irregular, posee diversidad de flora y fauna. En este imponente cerro se encuentra una interesante formación pétreo con restos de roca volcánica, simula a un pequeño volcán de ahí se debe su nombre. En la cima del cerro tenemos un mirador natural, aquí se puede realizar ascensiones, caminatas, fotografías, admirar rocas volcánicas, las comunidades aledañas y principalmente gozar de tranquilidad.

Páramo del Llullucha

En la investigación reciente de Jara (2016) se menciona que es un páramo virgen que no ha sido intervenido por el hombre y que conserva una gran variedad de especies de flora y fauna, siendo un lugar sagrado, donde nacen los micros cuencas para el autoconsumo y regadío. Eminentemente agrícola, su fuente es la producción de cebada, habas, papas, cebolla colorada y blanca, y en menor escala hortalizas. En cuanto a la ganadería es variada por cuanto tenemos: ganado vacuno, ovino, porcino, equino y aves de corral. (p. 87)

Atractivos Culturales

Identidad Puruhua

En el Cantón Colta a partir del año 1200 de la era cristiana habitó la cultura indígena Puruhua, de la cual sus miembros se dedicaban principalmente a la agricultura sembrando y cultivando la cabuya, coca, algodón y ají para grupos poderosos. Su alimentación consistía en productos a base de maíz, papa y quinua. (Benítez & Garcés, 2015, p.45).

Arquitectura Vernácula

De acuerdo con el Ministerio Coordinador de Patrimonio (2012) la arquitectura vernácula está compuesta por edificaciones que resaltan las técnicas constructivas ancestrales y de uso de materiales propios del lugar, que al cumplir su uso vital son devueltos al lugar de origen sin riesgo de contaminación. En esta categoría se

encuentran las edificaciones de tierra, barro cocido, madera, caña guadua y piedra. (p. 19).



Figura 3. Vivienda vernácula del cantón Colta. Tomado de: Plan de Ordenamiento Territorial por GADM Colta, 2014.

Iglesia de la Balbanera

Como describe Ben alcázar (2014) este atractivo está ubicado muy cerca de la Laguna de Colta, de estilo colonial construida en 1534, su fachada es de piedra calcárea con tallados simples. Su distribución espacial asemeja a una sola nave sobria amplia, fundada por los españoles para venerar ala sanísima Virgen de Balbanera en agradecimiento por a ver ayudado a conquistar esas tierras, la virgen es muy similar a la que se venera en España. Fue la primera iglesia fundada en Ecuador. (p. 19)

Ruinas de la Antigua Riobamba o Sicalpa

Están constituidas por vestigios de la antigua ciudad de Riobamba descubiertos por el Banco Central del Ecuador, donde se destaca especialmente la arquitectura civil y religiosa. Se dice que antiguamente la ciudad tenía 5 barrios y cada uno poseía iglesia y convento., pero lamentablemente en 1797 la ciudad fue destruida por un potente terremoto. (Paucar, 2016)

Archibasílica de Nuestra Señora de Las Nieves de Sicalpa

En el estudio de Paucar (2016) se resalta que los turistas que visitan en la actualidad el atractivo de categoría cultural pueden encontrar 31 nichos con restos humanos de la época colonial, además una imagen de la señora de Las Nieves, la cual es venerada por los habitantes del Cantón Colta. Dado que la construcción del atractivo

se inició a partir del año 1602 por los españoles y fue posteriormente destruida por un terremoto existen varias ruinas de la época que se mezclan con distintos tipos de arquitectura entre ellas la barroca. (p.50).

Catacumbas de la Archibasílica

El atractivo fue descubierto en el año 1950 y es considerado una de las construcciones civiles más antiguas del Ecuador, los rasgos y que más destacan son su techo construido a base de piedras y los nichos con restos de sacerdotes que en su época cuidaban de la basílica. (Chaquina & Esparza, 2016)

Iglesia de San Lorenzo de Sicalpa

El atractivo posee un estilo de arte barroco y esta edificado en su totalidad a base de piedra labrada, al igual que otros atractivos mencionados anteriormente esta fue destruida por sismos que sucedían comúnmente en la localidad. (Chaquina & Esparza, 2016)

Santuario de Santo Cristo

El arte de esta edificación es de estilo neoclásico y su importancia radica en que es el único objeto religioso que se mantiene intacto después del terrible terremoto que azoto la ciudad de Riobamba en la década de los 90. (Chaquina & Esparza, 2016)

Casa del Sabio Pedro Vicente Maldonado

Pedro Vicente Maldonado fue un científico importante que tuvo el Ecuador y fue reconocido por diversos aportes a la ciencia, parte de la historia de su vida se encuentra en la que fue su vivienda construida en el año 1946 y que en la actualidad es la biblioteca municipal. (Chaquina & Esparza, 2016)

Museo Histórico

En el atractivo se pueden realizar varias actividades culturales entre ellas la observación de objetos como fotos, vestigios, joyas, y pinturas pertenecientes a la Antigua ciudad de Riobamba. (Chaquina & Esparza, 2016)

Fiestas populares

Tabla 5

Calendario de fiestas populares

Fechas	Festividades
19, 20, 21 enero	Festividades del patrón de San Sebastián (Cajabamba)
Febrero o marzo	Carnaval Pawkar-Raymi
Abril	Domingo de Ramos, Semana Santa
21 de junio	Inti Raymi
2 de agosto	Aniversario de cantonización (Programa preparado por el GAD municipal de Colta)
Los fines de semana a partir del 5 de agosto	Festividades de la Santísima Virgen de las Nieves de Sicalpa
7-8 de septiembre	Festividades de Nuestra Sra. de la Natividad
24 de diciembre	Navidad (Pases del niño) por los priostes de Sicalpa

Nota: Tomado de “Memoria Técnica Cantón Colta. Proyecto: Generación de Geo información para la gestión de territorio a nivel nacional escala 1.25”, por Equipo Técnico-PDOT Colta, 2013, Información turística GAD-Colta 2013, p.19

Según el calendario de festividades del cantón Colta ver tabla 4, el Pawkar Raymise realiza de febrero al 21 de marzo y la fiesta de Mushuk Nina e inicio de nuevo año indígena, se conmemoran la época del florecimiento y tiempo para empezar a probar la cosecha del fruto tierno en el hemisferio sur, hay una serie de ritualidades acompañados por el agua y por las flores.

El Inti Raymi, "La Fiesta Sagrada del Sol", se celebra el 21 de junio con baños rituales, baile y ofrendas en todas las comunidades, son las oyanzas o festejo por las cosechas recibidas. El Koya, Kolla o Killa Raymi, Fiesta de la Jora. Tarpuy Raymi (fiesta de la siembra), marcan el fin de la preparación de suelos e inicio de los cultivos. En esta fiesta se realiza el ritual de la luna y la tierra como elementos de la fecundidad, se celebra el 21 de septiembre en homenaje al género femenino, básicamente a la Pachamama o madre tierra quien se prepara para recibir la semilla del maíz. El Kapak Raymi, se celebra el 21 de diciembre con motivo de la iniciación o madurez de los adolescentes, y en honor a los grandes líderes.

Artesanías

Tejidos

Para la fabricación de prendas de vestir utilizan los tejidos en lana de alpaca o borrego y elaboran desde ponchos, anacos, bayetas, shigras, gorras, bufandas, fajas, hasta tapetes guashcas, pulseras y otros productos más. (GADM Colta, 2014)

Totora

La principal artesanía con este material son los tradicionales “Caballitos de Totora” los cuales no son comercializados ya que se utilizan para transporte de los propietarios, además existen talleres donde se elaboran pequeñas artesanías en totora que son comercializadas. (GADM Colta, 2014)

Tagua

Cada figurilla es elaborada en una máquina de tallado y con habilidad de las manos del artista, las piezas representan a los animales de nuestro Ecuador: cóndor, loro, tortuga, colibrí, etc. (GADM Colta, 2014)

Gastronomía

El cantón ofrece una diversidad de platos típicos para degustar, que incluyen las papas con cuy, locro de cuy, hornado con tortilla de papa, yaguarlocro, papas con borrego, la colada de habas, sopas de granos, sopa de fideos con carne, granos con carne, locros, máchica de mano, maíz tostado, habas tostadas o cocidas, papas coloradas con achiote, y de bebida la chicha de jora. (GADM Colta, 2014)

Patrimonio intangible

Según la UNESCO (2003), se entiende por “patrimonio cultural inmaterial” a:

Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes, que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado

constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana.

Se ha reconocido a la tradición oral como la forma de transmitir desde tiempos anteriores la cultura, la experiencia y las tradiciones de una zona a través de relatos, cantos, oraciones, leyendas, fábulas, mitos, cuentos, etc.

Tradición Oral

En Colta se transmite de padres a hijos, de generación a generación, llegando hasta nuestros días y tiene como función primordial la de conservar los conocimientos ancestrales a través de los tiempos. Sin embargo, en los últimos años se ha visto que los jóvenes y niños no aprecien este tipo de tradición por la influencia occidentalizada de las personas que han migrado, lo que pone en peligro a esta riqueza patrimonial que desde épocas remotas en el que el hombre comenzó a comunicarse a través del habla, ha sido fuente de trasmisión de conocimientos, al ser el medio de comunicación más rápido, fácil y utilizado. A pesar de que esta forma de transmisión suele distorsionar los hechos con el paso de los años, por lo que estos relatos sufren variaciones en las maneras de contarse, perdiendo a veces su sentido inicial.

Planta Turística

En Oferta de servicios la autora Carla Ricaurte (2009), expresó que la oferta de servicios incluye a los servicios cuya función sea facilitar y extender la estadía del visitante como la alimentación, el hospedaje, entretenimiento y operación. (p.34)

Alojamiento

Tabla 6

Capacidad de hospedaje del cantón Colta

Tipo de establecimiento	No de Habitaciones	No de camas	Capacidad instalada
Hotel	8	16	32
Hostal	4	4	8
Hostal	3	6	8
Hostal	4	12	24
Total de capacidad de alojamiento			72

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial por GADM Colta, 2014

La mayoría de los hoteles se concentran en la cabecera cantonal de Colta, y tienen una capacidad para 72 turistas ver tabla 5. El costo promedio de hospedaje es de 7 a 10 dólares por persona y la época de mayor ocupación es en carnaval, si bien la capacidad de hospedaje es reducida, esto se debe a que la mayoría de los visitantes suelen pernoctar en la ciudad de Riobamba, desde donde salen la mayoría de los tours organizados a la Región. El cantón Riobamba cuenta con una capacidad de 60 establecimientos hoteleros, de los cuales 22 son hostales, 8 hostales residencia y 20 hoteles.

Alimentación

Tabla 7

Capacidad de servicios de alimentación en el Cantón Colta

Tipo de establecimiento	No de mesas	Capacidad instalada
El Rey Dorado	22	132
Ñuca Kuyani	6	30
El Colonial	20	80
Restaurante Ritts	8	32
Restaurante Dayanita	7	21
Rincón Manabita	12	48
Delicias del Mar	7	28
Chofercito Carretero	6	36
Sumak Pakari	4	16
Sin Nombre	4	16
El Manolete	4	20
Rey Pollo	4	20
Restaurante Familiar	6	24
Tía Gladys	4	16
Bendición de Dios I	4	40
Paradero Amigo Mío	4	16
Paradero Johanita	4	16
Total, de capacidad instalada		591

Fuente: Plan de ordenamiento territorial por GADM Colta, 2014

El cantón cuenta con 17 establecimientos de alimentación entre restaurantes, paraderos y locales de comida rápida, la capacidad del cantón es de 591 comensales ver tabla 6.

Agencias de viaje

El cantón cuenta con los servicios de la Empresa pública municipal de turismo Colta Lindo y Milenario Touring (COLMITUR-EP) creada en el 2013, con el fin de planificar, fomentar, incentivar y facilitar la organización, funcionamiento y competitividad de las actividades turísticas cantonales. Actualmente esta empresa

ofrece el servicio de ciclismo, guianza, paseos en yate turístico en la Laguna, además de organizar actividades de turismo comunitario en el Cantón.

Entretenimiento

El Cantón posee un Complejo Turístico llamado Cunucpogyo (kunuk Pukyu), piscinas, saunas, hidromasajes, canchas deportivas y un centro de convenciones.

Transporte turístico

Para ofrecer el servicio de transporte turístico existen taxis y camionetas que llevan a los visitantes a la Laguna de Colta, también pueden ser contratadas vans y buses turísticos desde la ciudad de Riobamba.

Infraestructura

Según Ricaurte (2009), la infraestructura tiene como principal función la producción es decir apoyar la oferta de servicios y está compuesta por los servicios necesarios para la prestación de servicios turísticos tales como:

Servicios Financieros

Según datos del GADM Colta, aunque los bancos más cercanos se encuentran localizados en la ciudad de Riobamba, el cantón cuenta registradas ocho cooperativas de ahorro y crédito, así como un par de cajeros automáticos del Banco del Pacifico.

Comunicaciones

El cantón se conecta con el resto del país a través de la carretera Panamericana que literalmente une todo el continente americano.

Cooperativas de transporte

Tabla 8

Listado de oferta de transporte en el Cantón Colta

Cooperativa de Transporte	Rutas	Frecuencia
Transportes Colta	Riobamba, Cajabamba, Sibambe, Huigra, Milagro	Todos los días cada 15 minutos
Transporte Ñuca Llacta	Riobamba, Columbe, Guayaquil, Pallatanga, Chillanes, Simiag	Todos los días cada 30 minutos
Trasporte Alianza Llin Llin	Columbe – Riobamba –Lllime - Simiatug	Todos los días cada 30 minutos
Compañía el Lago	Servicio Comunitario	
Compañía SICATAX	Servicio Urbano	
Cooperativa 2 de agosto	Servicio Comunitario	
Cooperativa Juan de Velasco	Servicio Comunitario	

Fuente: Plan de ordenamiento territorial, por Unidad técnica y de control de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial del GAMCC, 2014.

Servicios Básicos

Déficit de habitacional de 49.81% 20.84% sector urbano y 51.17% sector rural.

Energía Eléctrica

El cantón cuenta con una cobertura de energía eléctrica del 82% y una cobertura de alumbrado público del 23%. Además, cuenta con la presencia de la Subestación Eléctrica Gatazo Grande, y Subestación Eléctrica Villa Unión.

Provisión de agua

En el Cantón Colta existen dos cuencas importantes que nacen desde sus páramos, la cuenca Pastaza y la cuenca del Guayas. En cuanto a nivel de cobertura de agua por Red Pública en la zona urbana es del 78%, mientras que en el sector rural es del 13%.

Alcantarillado.

El 95% de la población de la cabecera cantonal posee el sistema de alcantarillado y las parroquias rurales como Santiago de Quito, Columbe, Juan de Velasco y Cañi no poseen este servicio (Escuela Superior Politécnica del Chimborazo, 2010)

Educación

El cantón Colta tiene un déficit educativo según el Sistema Nacional de información de Educación Superior del Ecuador (SNIESE 2015), pues de acuerdo con el INEC la tasa de analfabetismo es del 26,71% al 2013 y existen 71 unidades educativas. De acuerdo con cifras del Distrito de Educación Colta-Guamote del Ministerio de Educación. 2014. El 40,79% de la población culminó la educación primaria, el 24,86% no tiene ningún tipo de formación formal y el 10,29% de los habitantes tiene estudios secundarios. (INEC, 2010)

Salud

El cantón cuenta con un hospital denominado “Público Escobar”, tres consultorios, 25 camas y 1330m² de construcción. Está ubicado en la avenida Unidad Nacional. Además, existe un Centro Médico “El Buen Samaritano”, ubicado en la misma avenida. (Escuela Superior Politécnica del Chimborazo, 2010)

Además, existen 30 unidades de salud en todo el cantón de los cuales 8 corresponden a unidades de salud del seguro social campesino. (Ministerio de Salud Pública, 2014)

Las principales enfermedades que se registran en el cantón Colta de la población infantil según la información tomada en campo son las Infecciones Respiratorias Agudas principalmente, esto se debe según la información recibida al clima variante, si tomamos en cuenta que es un clima frío, (de páramo), además existen casos de dermatitis, alergias, por el ambiente en donde se desenvuelven los infantes, asimismo la desnutrición acompañada de parasitosis, debido a las condiciones de pobreza, falta de consumo de la producción agrícola (se prioriza la comercialización), la mala calidad del agua y de falta de cuidado integral por parte de los responsables

directos. En la población adulta y adulta mayor la artritis y arterosclerosis son frecuentes además de enfermedades respiratorias y enfermedades gastrointestinales por las causas antes mencionadas.

Telecomunicaciones

Al año 2014 Colta, poseía 23 antenas de telecomunicaciones, 3 antenas de claro, 3 antenas de movistar, 14 antenas repetidoras de internet de CNT y 3 antenas repetidoras de radio. También existen 5 unidades de Infocentro, 3 centros de cómputo del cantón Colta.

CAPITULO 3.-Estudio de mercado para identificar al turista potencial

Método de investigación

Malhotra (2010), manifiesta que el empleo de un método investigativo depende de los objetivos que los autores requieran alcanzar en un determinado tiempo; cualquiera que sea el método elegido debe abarcar una serie de procesos correctamente delimitados; es así que para el presente estudio se escogió el método deductivo, porque se parte de una verdad general que es la inexistencia de un adecuado plan de desarrollo turístico para el Cantón Colta hacia una conclusión particular que involucrara las estrategias a implementarse para obtener los beneficios de la actividad turística.

Tipo de investigación

Basándose en la siguiente afirmación de Malhotra (2010), la investigación de mercados permite recoger información para analizarla y poder tomar las mejores decisiones en la solución de un conflicto o problema. En la actualidad reconocidos autores del marketing hablan sobre varios tipos de investigación, pero cada una de ellas ofrece estrategias diferentes para su tratamiento metodológico.

Dado que uno de los objetivos planteados del estudio es elegir un mercado meta y explicar las características de consumo y motivaciones de viaje, la investigación más adecuada es la de tipo descriptiva porque según Malhotra (2010), permite detallar los rasgos característicos de los consumidores objeto de estudio a través de una recolección de datos previa, su respectiva tabulación y análisis para conocer detalles su forma de comportamiento en el mercado. Esta investigación es descriptiva, porque hará posible que se encuentren y describan cuales son las preferencias y motivaciones de viaje del turista que visita el destino Colta.

Enfoque de la investigación

El enfoque elegido para desarrollar la investigación es el cuantitativo ya que permite alcanzar patrones de comportamiento a través de la medición numérica y la interpretación estadística. (Malhotra, 2010).

Diseño de la investigación

El diseño de investigación escogido para el estudio es de tipo no experimental ya que según Hernández et al. (2006), el objetivo es analizar un fenómeno o segmento poblacional a través de la observación y descripción tal y como sucede, sin realizar ningún tipo de manipulación en las variables.

Técnicas de recolección de datos

Malhotra (2008), menciona que “la recopilación de información es la parte operacional de un diseño investigativo ya que implica los procesos que se realizaran para llevar a cabo dicha recolección. Existen diferentes instrumentos que se utilizan dependiendo del enfoque investigativo, pero entre los más utilizados se encuentran la encuesta y la entrevista” (p. 77).

En la presente investigación se ha seleccionado como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario que contiene 13 preguntas de opción múltiple para identificar características de consumo del mercado meta respecto al turismo en Colta.

Población y muestra

Población

Según Kotler y Armstrong (2017), para obtener una muestra primero se debe de identificar una población de estudio, la cual hace referencia a un segmento conformado por elementos con características similares para obtener información específica que permita entender su comportamiento, una población de estudio puede ser habitantes de una ciudad, jóvenes con edad comprendida entre 20 y 28 años, etc. Se considera población finita cuando posee un número limitado de elementos, y puede ser infinita cuando es imposible contabilizar todos sus elementos porque son ilimitados.

En el presente estudio se utiliza como población los turistas que arribaron a Guayaquil durante el año 2016. De esta manera según el observatorio turístico de Guayaquil (2016), en el año 2015 se registró una llegada de 2'286.518 turistas nacionales y extranjeros a Guayaquil.

Muestra

El muestreo por utilizar para la encuesta es de tipo probabilístico aleatorio simple.

Para calcular la muestra se emplea la siguiente formula:

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

$$n = \frac{228.652 \times 0,95^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2 \times (228.652 - 1) + 0,95^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

Donde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

Z: nivel de confianza del 95%

d: porcentaje de error 5 %

p: probabilidad de éxito 50 %

q: probabilidad de fracaso 50%

El resultado de la muestra a emplear en la investigación es de 384 personas a encuestar.

Análisis de los resultados

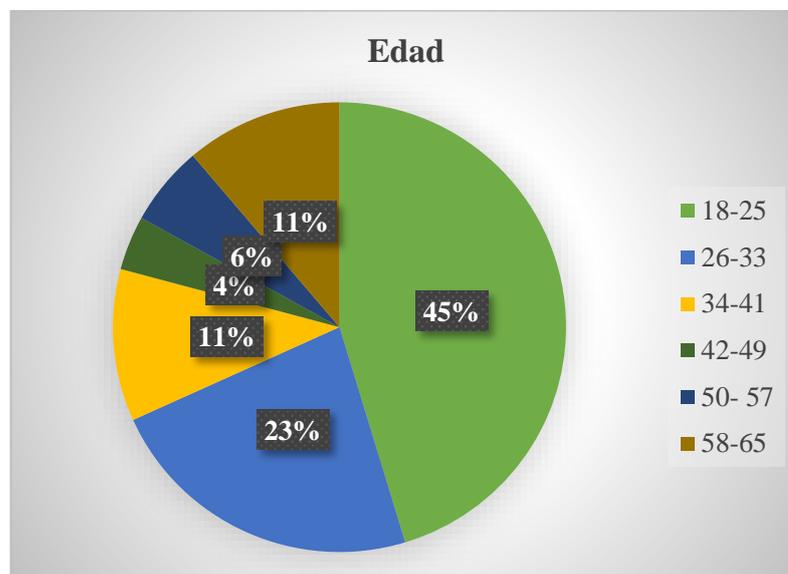


Figura 4. Edad de los encuestados

Análisis

Del número total de los encuestados la mayor parte tenía una edad comprendida entre los 18 y 25 años, seguido de los que tienen entre 26 y 33 años. La suma de estos dos rangos da un porcentaje del 68 % que representa más de la mitad.

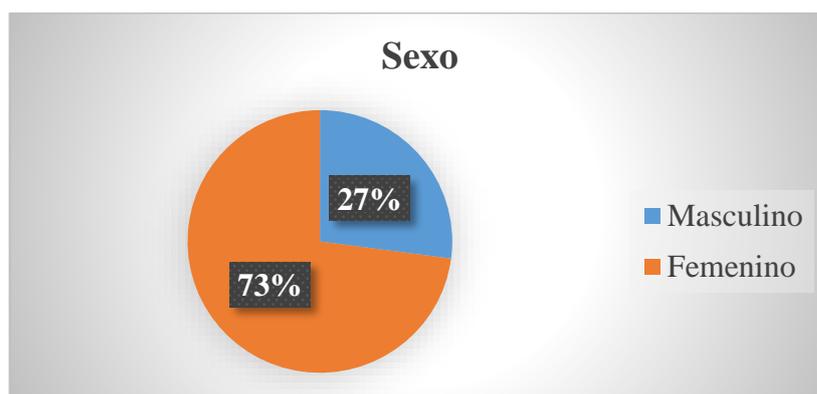


Figura 5. Sexo

Análisis

Los resultados para la pregunta relacionada al sexo de los encuestados reflejan que la mayor parte de personas que respondieron a las preguntas planteadas son mujeres.

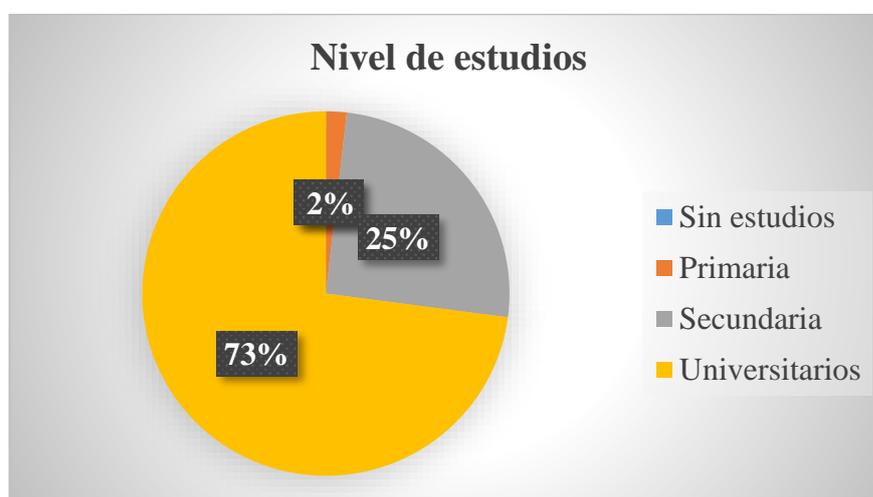


Figura 6. Nivel de estudios

Análisis

La pregunta ayuda a determinar qué nivel de educación poseen los encuestados del segmento objetivo. Los resultados reflejan que el 73 % posee título superior o está cursando la universidad lo que permite inferir que en la actualidad o muy pronto tendrán un trabajo y por lo tanto una remuneración que podrá ser destinada a satisfacer sus necesidades.

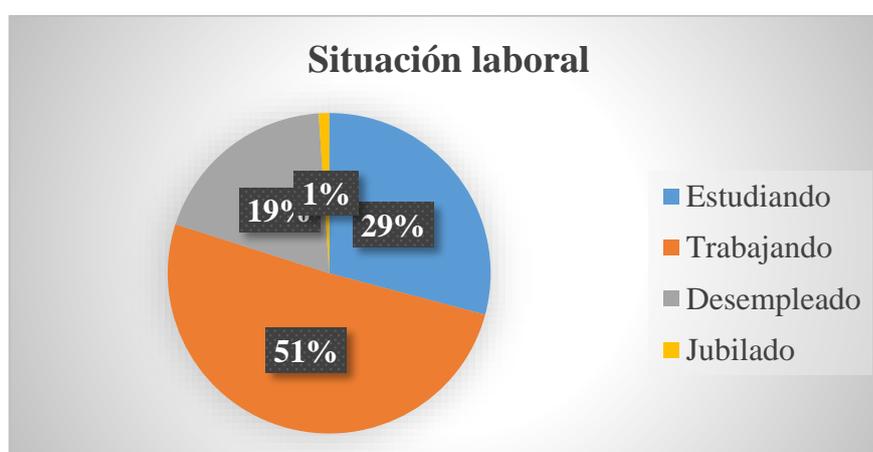


Figura 7. Situación laboral

Análisis

Los resultados de esta pregunta reflejan que el 51% es decir más de la mitad de las personas encuestas se encuentran ya en el mercado laboral por tal motivo se deduce que cuentan con un salario cuyo fin es satisfacer deseos y necesidades entre las que se encuentran el turismo; por otra parte, el 29 % se encuentra próximo a terminar sus estudios superiores. Finalmente, un porcentaje no tan representativo se encuentra desempleado y no posee recursos para solventar las actividades turísticas.

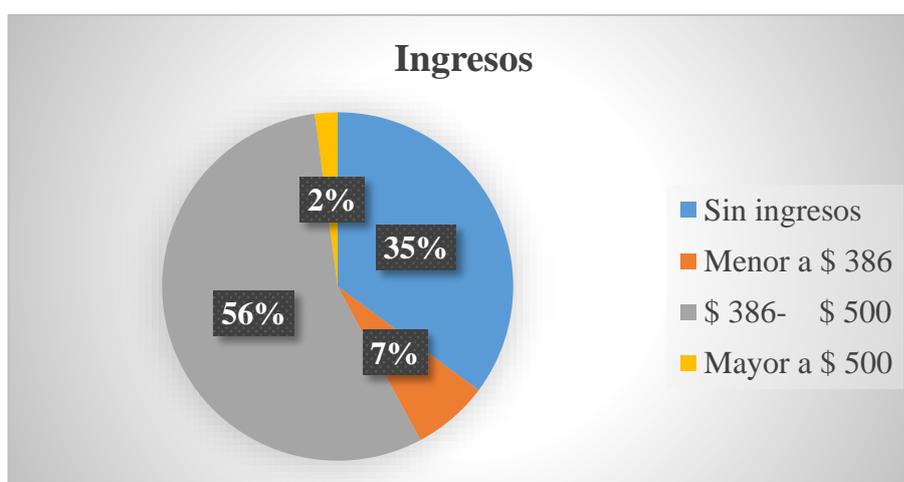


Figura 8. Ingresos económicos

Análisis

El nivel de importancia de esta pregunta es sumamente alto para determinar la capacidad adquisitiva de los encuestados y conocer a que realidad enfrentarse al momento de tomar decisiones con respecto al precio de un producto turístico. Como se puede observar en la figura el 56 % de encuestados recibe un salario que oscila entre \$ 386 y \$ 500, un 7 % recibe un ingreso menor a \$386, y un porcentaje del 35 % no recibe ningún ingreso.

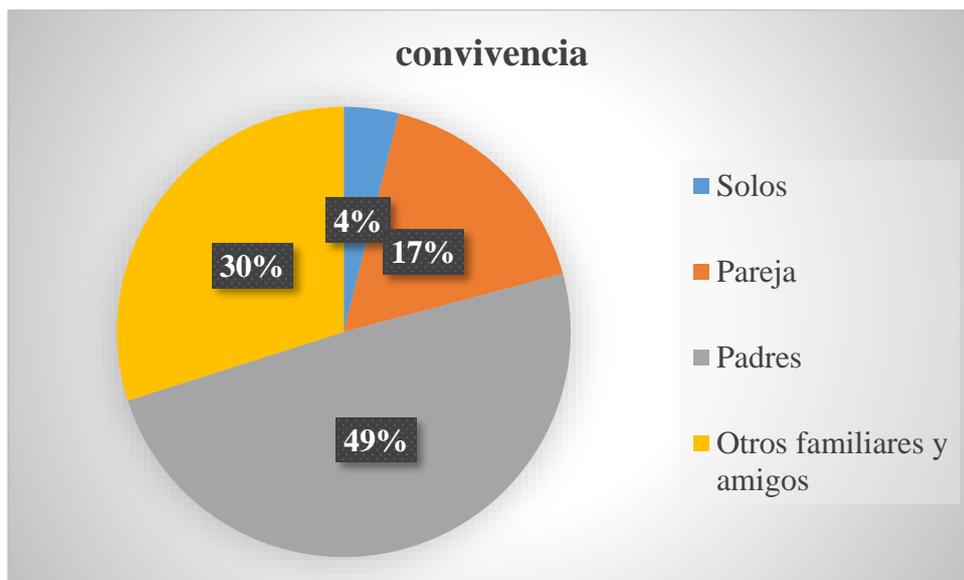


Figura 9. Convivencia

Análisis

Los resultados de la pregunta planteada para conocer con quien comparten la mayor parte del tiempo los encuestados señalan que el 49% habita con sus padres, el 30 % con otros familiares y amigos, el 17% vive con su pareja, y finalmente un porcentaje no representativo del 4 % vive solo. En el ítem se desea conocer quienes influyen directamente o indirectamente en las decisiones del segmento estudiado ya que puede afectar las decisiones de consumo en el área turística.

¿Conoce o ha visitado el destino Colta ubicado en la Provincia de Chimborazo?

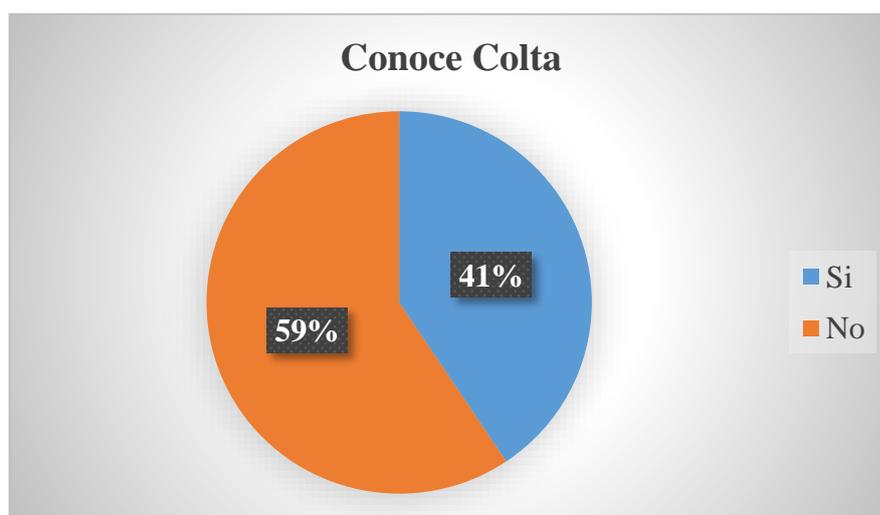


Figura10. Conocimiento del destino

Análisis

Del total de encuestados un porcentaje que equivale a más de la mitad el 59% no ha visitado o conoce el destino Colta.

En el caso de que no conozca el destino Colta, ¿Le gustaría visitar el destino para realizar diversas actividades que incluyen el turismo cultural, de naturaleza y de aventura?

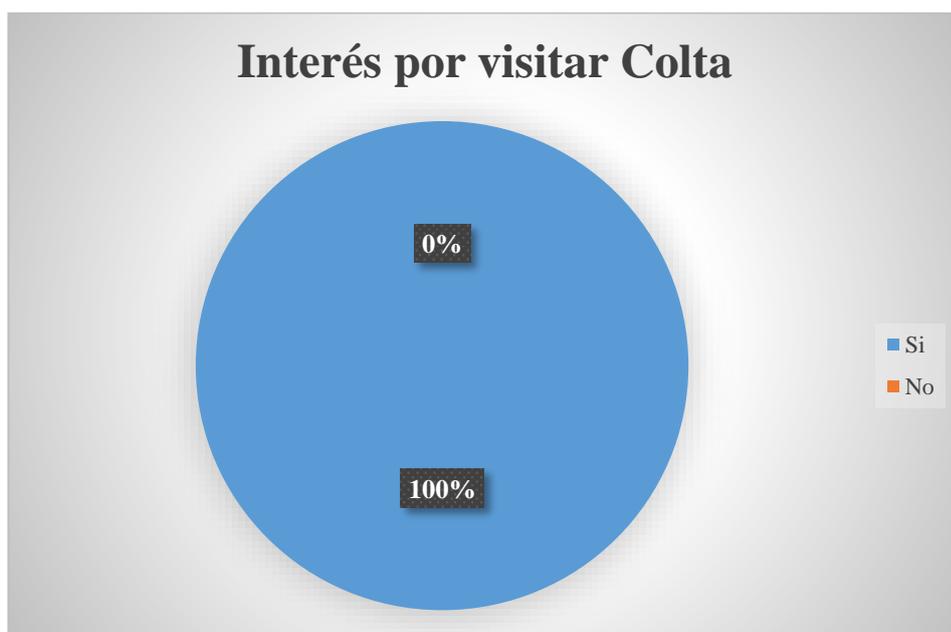


Figura 11. Interés en visitar el destino

Análisis

Del 59 % de personas que afirmaron no conocer el cantón Colta como destino turístico, todas están interesadas en visitar el lugar para realizar los diversos tipos de turismo que ofrece.

De las siguientes actividades turísticas que ofrece Colta, señale dos de las que realiza o le gustaría realizar

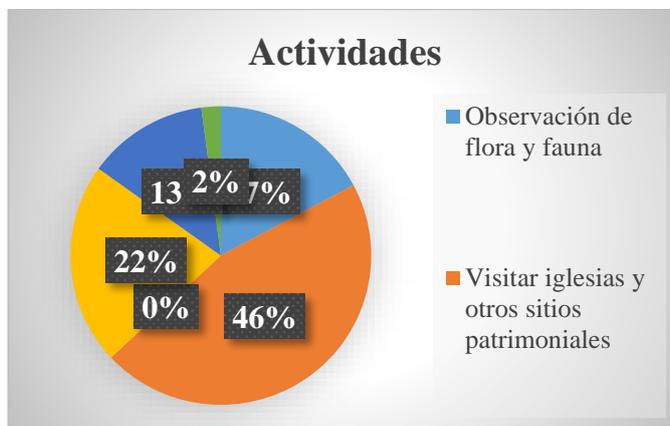


Figura12. Actividades que se pueden realizar en Colta

Análisis

Del total de personas encuestadas que conocen y les gustaría conocer Colta el 46% señala que le prefiere visitar iglesias y otros sitios patrimoniales; mientras que un porcentaje menor del 22 % señala que prefiere asistir a celebraciones y fiestas populares del cantón. El 17 % se inclina por la observación de flora y fauna propia del destino, y las opciones restantes no alcanzaron un porcentaje representativo.

¿Cuál de los siguientes tipos de turismo preferiría realizar en su tiempo libre o en unas vacaciones en el destino Colta?

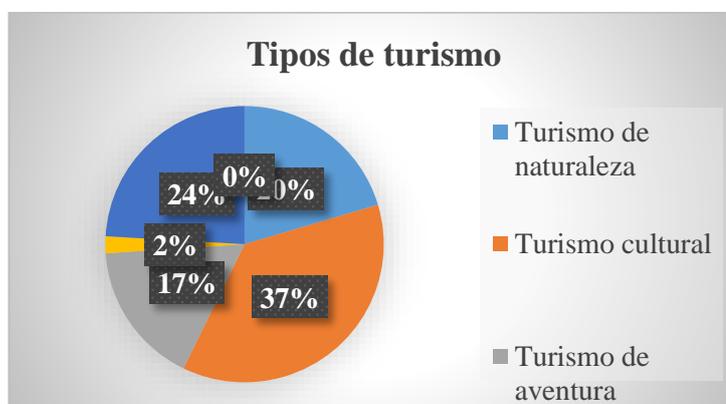


Figura13. Tipos de turismo

Análisis

En la pregunta relacionada en a los tipos de turismo preferidos se identifica que el turismo cultural con el 37% y el 24% turismo gastronómico recibieron mayor aceptación por parte de los encuestados; por lo tanto, la propuesta de productos turísticos a ofrecer debe involucrar los dos tipos de turismo antes mencionados.

¿Cuál de los siguientes aspectos son importantes para usted al elegir un destino a visitar?

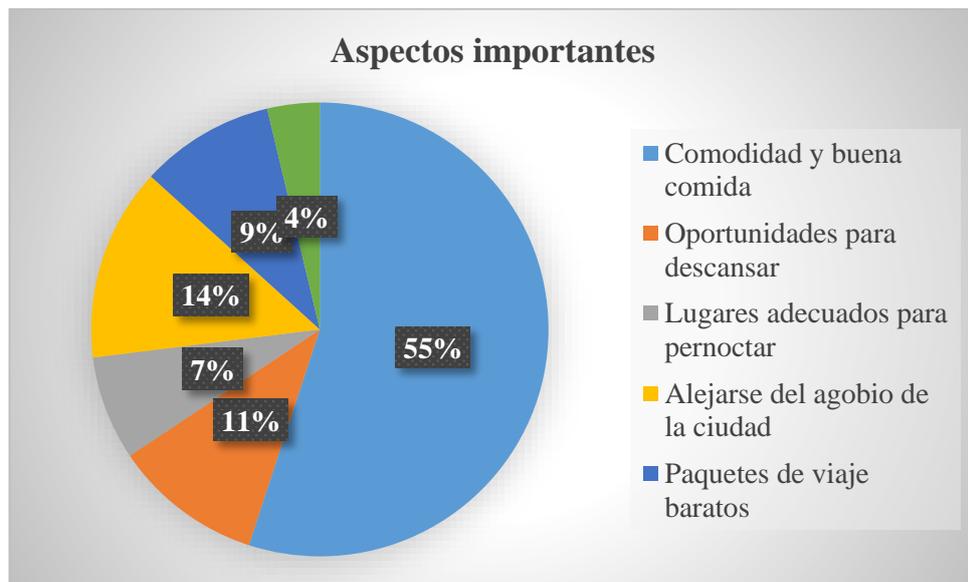


Figura14. Aspectos de importancia para visitar un destino

Análisis

La finalidad de la pregunta era determinar los aspectos que son más importantes para los encuestados que conocen Colta en la elección de un destino, la opción que alcanzo un porcentaje relevante es la comodidad y la buena comida con un 55%, seguido del alejarse del agobio de la ciudad con un porcentaje del 14%. Estos resultados permiten diseñar estrategias destinadas a mejorar la estadía del visitante a través del ofrecimiento de una gastronomía típica de buena calidad.

¿Cuál de los siguientes factores considera usted puede genera una mala experiencia en un destino visitado?

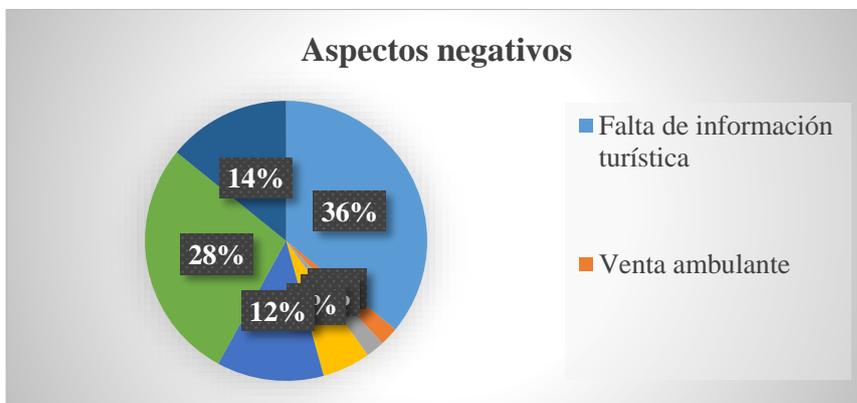


Figura15. Aspectos negativos

Análisis:

De acuerdo con los resultados obtenidos los dos aspectos con mayor porcentaje que pueden generar malas experiencias en los visitantes durante su estadía en el destino Colta son la cultura de servicio deficiente es decir una mala atención por parte de los residentes o personas quienes ofrecen un servicio; y la falta de información turística del destino.

¿Cómo organiza/o sus viajes a un destino nacional?



Figura16. Medio de organización del viaje

Análisis

Según los resultados obtenidos los encuestados el 84% organizan sus viajes por cuenta propia a través de herramientas como el internet y el uso dispositivos electrónicos. A través de esta pregunta se pueden establecer estrategias de comercialización de productos que incluyan el uso de las tecnologías.

¿Cuál es su rango de gastos individual en un viaje a destino nacional en la región sierra?

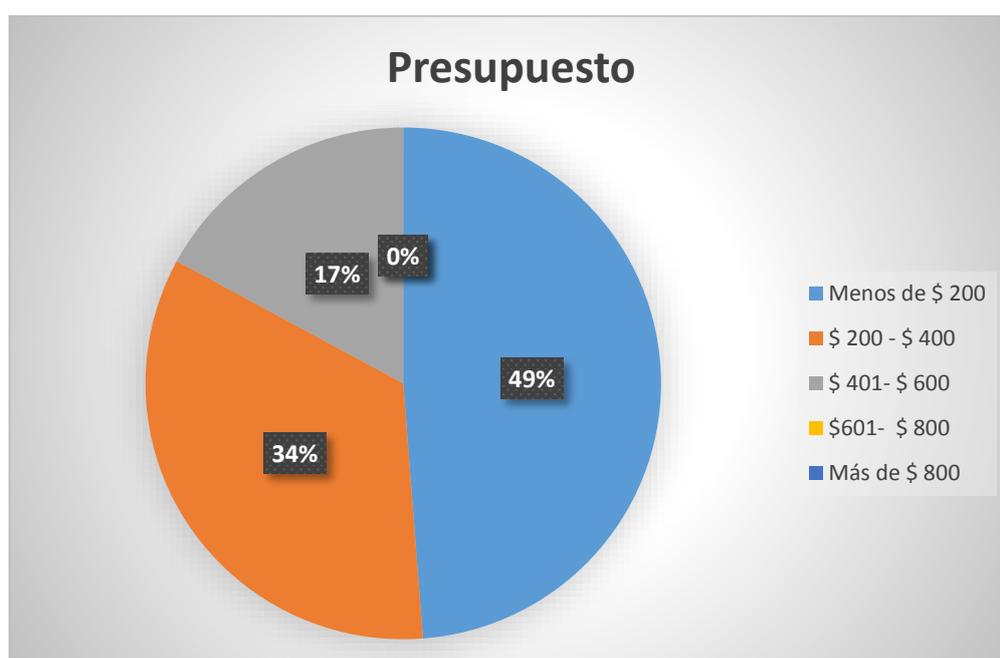


Figura17. Presupuesto de viaje individual

Análisis:

Del total de encuestados que afirmaron conocer el destino Colta, casi la mitad es decir un porcentaje del 49% gasta individualmente menos de \$200 en sus viajes, el 34% gasta de \$200 a \$400. Basándose en la información de esta pregunta se deben ofrecer paquetes o servicios turísticos cuyos precios se ajusten al presupuesto de los consumidores.

¿Usted prefiere viajar?



Figura18. Preferencias de viaje

Análisis:

Según los datos obtenidos en la recolección de datos los encuestados prefieren viajar al destino Colta acompañados por familiares y con amigos; por lo tanto, se necesita crear productos turísticos que incluyan diversas actividades para realizarlas en familia.

¿A través de qué medios busca información para realizar sus viajes a un destino nacional?

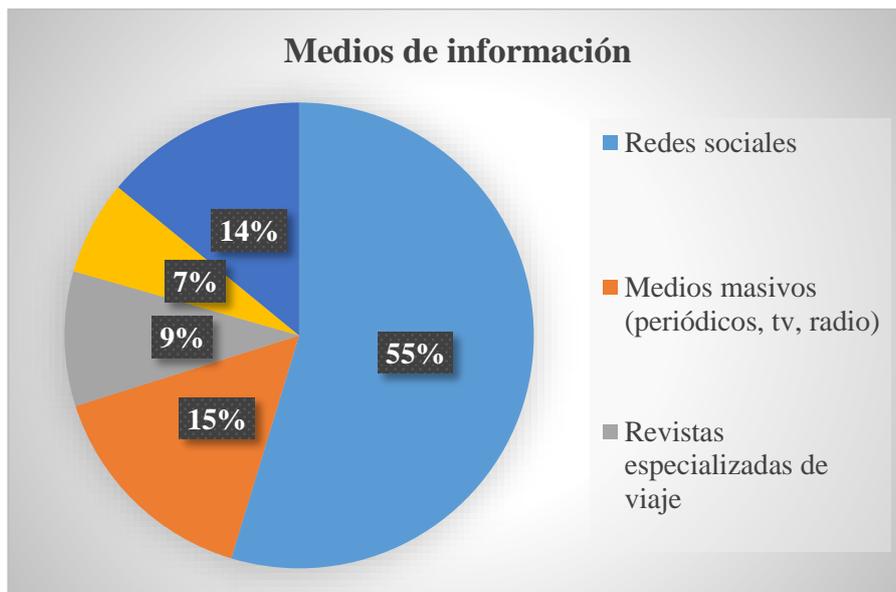


Figura19. Medios para buscar información

Análisis:

De acuerdo con la pregunta planteada y los datos recolectados, los encuestados en mayor parte buscan información para organizar el viaje a través de las redes sociales, después con un porcentaje menor se encuentran los medios masivos como anuncios en televisión, radio y periódicos.

Perfil del turista potencial a visitar Colta

Después de analizar los datos recolectados en las encuestas se determinó el perfil del turista potencial a visitar el destino Colta.

El mercado meta para la promoción turística son hombres y mujeres con edad comprendida entre 18 y 33 años, con estudios superiores que se encuentran ya en el mercado laboral recibiendo un sueldo mayor al salario básico unificado y viven aún con sus padres. En lo referente a actividades turísticas prefieren organizar sus viajes por cuenta propia con un gasto individual de menos de \$200 destinados a actividades que involucren la visita de sitios patrimoniales y la degustación de comida típica.

CAPITULO 4.-Propuesta

A partir del diagnóstico del sistema turístico en el destino y el estudio de mercado se obtuvo la información suficiente y relevante para desarrollar la propuesta. Teniendo como finalidad posicionar al Cantón Colta como destino de turismo cultural y gastronómico, y que promueva la oferta turística de la provincia de Chimborazo.

Propuesta de plan de desarrollo turístico para el cantón Colta

El plan de desarrollo turístico elaborado comprende una serie de proyectos básicos destinados a la mejora de atractivos turísticos principales, a la capacitación de personal que labora en áreas turísticas y la promoción adecuada del turismo gastronómico y cultural.

Demanda turística

Según datos de diario El Telégrafo (2018), la laguna y la iglesia patrimonial son los atractivos más visitados a nivel provincial por turistas nacionales y extranjeros con una llegada anual de más de 100.000 personas.

Justificación

Colta es considerado como un destino de excursión puesto que las personas que lo visitan no se quedan a pernoctar. Entre sus principales atractivos se destacan:

La laguna de Colta que lleva el mismo nombre puesto que se encuentra ubicado en una de las carreteras principales del país donde a diario transcurren diversidad de carros con personas de diferentes ciudades que se dirigen a Riobamba, Quito o Guayaquil y que se quedan maravillados al observar desde lejos la belleza natural del lugar; sin embargo con la visita de campo y la observación directa se evidencio un proceso de deterioro por falta de mantenimiento y la presencia de malezas y lodo en época lluviosa. Aunque el municipio ha tomado acciones para tratar de recuperar y mantener el atractivo en buen estado aún hace falta más acciones y proyectos que involucren a todos los actores de la actividad turística.

La iglesia de la Balvanera considerada una de las primeras iglesias católicas del Ecuador, la cual encierra una gran historia y riqueza cultural pero que requiere de una restauración y mantenimiento para su preservación.

Importancia

Se debe conocer que en la actualidad la laguna de Colta es uno de los atractivos estrellas del cantón por su riqueza natural y cultural ya que existen numerosas leyendas que giran en torno a la misma, por tal motivo se procede a identificar cuáles son los principales problemas que ponen en riesgo al atractivo para después ofrecer alternativas de mejora.

Plan de mejora

Ubicación

La propuesta de mejora que se ofrecerá es para el atractivo turístico laguna de Colta que en quichua es conocida como “Kulta Kucha” y significa laguna de pato, la cual se encuentra ubicada a 3km de la ciudad de Riobamba.

Beneficiarios directos e indirectos

Las personas que se benefician directamente con el plan de mejora son los habitantes de las comunidades del sector y los empresarios turísticos puesto que se incrementara la llegada de turistas y se recibirán mayores ingresos a través del cobro de actividades a realizar, venta de artesanías, y venta de gastronomía típica. Los beneficiarios indirectos involucran a turistas nacionales y extranjeros que arriban al destino puesto que la calidad de la experiencia recibida mejora por las diversas acciones y estrategias implementadas.

Atractivos relevantes de la laguna de Colta y la Iglesia Balvanera

Tabla 9

Atractivos de la laguna de Colta y la iglesia Balvanera

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Comida típica	Manifestaciones culturales	Folklore	Gastronomía	II
Leyendas acerca del origen de la Laguna	Manifestaciones culturales	Folklore	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II
Artesanías a base de totora	Manifestaciones culturales	Folklore	Artesanías y arte	II
Totora	Natural	Bosque	Totora	II
Iglesia Balvanera	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica	III

Fuente: Plan de ordenamiento territorial por GADM Colta, 2014

Líneas de turismo a promover

Las líneas de turismo que se van a mejorar y promover en el plan de mejora son:

- Turismo cultural
- Turismo gastronómico
- Turismo de naturaleza

Problemas encontrados en la salida de Campo

Después de realizar un diagnóstico del sistema turístico, la observación directa y la revisión de literatura realizada por otros autores se identifican los siguientes problemas en la laguna de Colta y la iglesia Balvanera:

PROBLEMAS
Falta de promoción de las actividades turísticas que se pueden realizar en la laguna
Desbordamientos de la laguna
Falta de mantenimiento de la Iglesia patrimonial
Perdidas de costumbres y tradiciones por parte de las comunidades indígenas

Necesidades de intervención de plan de mejora

Una vez identificados los problemas que requieren de atención urgente, se procede a determinar las siguientes actividades de intervención:

1. Potenciar las actividades turísticas que se ofrecen en la laguna de Colta, los sitios patrimoniales, y las actividades gastronómicas a través de un plan de marketing estratégico para el mercado meta.
2. Implementar acciones para realizar un adecuado plan de mantenimiento para la laguna de Colta y la iglesia la Balvanera
3. Capacitar a la comunidad local acerca de la importancia de la preservación de su identidad cultural y su difusión hacia los turistas que visitan la zona.

Plan de Promoción

Plan de promoción para el Cantón Colta, Provincia de Chimborazo.

La información recolectada permite presentar una propuesta para desarrollar turísticamente el cantón Colta, provincia de Chimborazo por medio de un plan de marketing turístico para que posicione al cantón como un destino reconocido a nivel nacional.

Misión

Brindar un servicio turístico de calidad que permita a los turistas involucrarse con la cultura, historia y atractivos que posee Colta.

Visión

Posicionarse a nivel nacional como destino para turismo gastronómico y cultural.

Objetivos

General:

Desarrollar la actividad turística en el cantón Colta y posicionarlo como un destino para turismo gastronómico y cultural.

Específicos:

- Generar ingresos para el cantón Colta
- Establecer estrategias de posicionamiento para promover el desarrollo turístico del cantón Colta.

Cinco fuerzas de Porter



Figura 20. Las cinco fuerzas de Porter. Adaptado de ser competitivo 9 edición. Por Michael E. Porter.

Las fuerzas de Porter sirven como una herramienta de análisis estratégico que permite conocer las fortalezas y debilidades de un destino. El análisis se realiza considerando que el plan de marketing se enfoca en impulsar el turismo gastronómico y el turismo cultural.

Amenaza de nuevos aspirantes

Aspectos positivos	Aspectos negativos
La presencia de nuevos competidores motivase a las autoridades encargadas de la promoción turística de Colta a realizar alianzas estratégicas para beneficio de ambas partes.	Reducción en la llegada de visitas por la presencia de destinos que ofrecen el mismo producto que ofrecerá el cantón Colta y que son más conocidos por la promoción turística realizada.

Poder de negociación de los compradores

Aspectos positivos	Aspectos negativos
Los consumidores finales es decir el turista tiene en sus manos decir si visitara el destino por lo cual es beneficioso ya que no existirán intermediarios que afecten su poder de compra.	Colta al ser un destino que tiene un potencial turístico alto recién va a iniciar una promoción adecuada entonces al existir otros destinos ya consolidados a nivel nacional, el turista tendrá un poder de decisión fuerte que puede afectar en el costo de los productos a ofrecer.

Poder de negociación de los proveedores

Aspectos positivos	Aspectos negativos
Los proveedores son muy importantes para la adecuada creación de productos turísticos ya que son ellos los que en la mayoría de los casos tendrán el trato directo con los turistas.	La presencia de varios actores del turismo de Colta entre ellos prestadores de servicios turísticos que no están adecuadamente capacitados para dar un buen servicio y esto afecta la calidad de la experiencia recibida por el turista que visita el destino Colta.

Amenaza de productos o servicios sustitutos para el destino Cantón Colta

Aspectos positivos	Aspectos negativos
Existen otros destinos que ofrecen productos similares al del cantón Colta como Riobamba y Ambato; pero Colta se diferencia por su laguna lo cual debe ser considerada una oportunidad para trabajar estratégicamente con los destinos mencionados anteriormente.	La negativa por parte de ciertas autoridades del sector público para formar alianzas estratégicas y la burocracia o el interés por beneficiarse de manera individualista perjudica el desarrollo turístico del Cantón Colta.

Rivalidad entre los competidores existentes

Aspectos positivos	Aspectos negativos
El deseo de generar más visitas e ingresos turísticos hace que las empresarias innoven y mejoren sus ventajas competitivas.	La rivalidad entre competidores existentes solo genera discordias y más problemas donde el único afectado es el consumidor final es decir el turista.

Prueba Ácida

Producto/servicio proporcionado	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo gastronómico • Turismo cultural • Turismo de naturaleza
Beneficiarios	<ul style="list-style-type: none"> • Personas naturales que deseen dedicarse a la actividad turística • Empresas interesadas en invertir en actividades relacionadas al turismo gastronómico, cultural y natural • Habitantes de Colta
Valor diferenciador del destino	<ul style="list-style-type: none"> • Comuna Totora (Bosque protector Cashca Totora) • Artesanos • Tradición oral • Iglesia Balbanera • Laguna de Colta
Actores que agregan valor al destino	<ul style="list-style-type: none"> • Artesanos que elaboran productos tradicionales de Colta • Leyendas locales relatadas por los residentes • Actividades realizadas en la laguna de Colta • Actividades realizadas en la iglesia Balbanera • Actividades realizadas en la comuna Totora
Grupo de interés	<ul style="list-style-type: none"> • Locales • Turistas nacionales • Turistas extranjeros
Red de apoyo	<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de turismo • Gobierno municipal
Forma de generación de ingresos	<ul style="list-style-type: none"> • Locales • Turistas nacionales • Turistas extranjeros
Mensaje diferenciador del destino	Colta es conocido como la cuna de las nacionalidades ecuatorianas. El valor que poseen sus tradiciones enriquece la cultura ecuatoriana.
Protección y sustentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones a los habitantes • Promoción a nivel nacional • Fomento de las tradiciones locales

Marketing Mix

PRODUCTO
El producto turístico estrella para el Cantón es el turismo gastronómico
PRECIO
El precio estará determinado en relación con el segmento de mercado al cual se dirigen los productos que en este proyecto investigativo son los habitantes de la ciudad de Guayaquil.
PLAZA
Las personas interesadas en consumir productos turísticos enfocados en la gastronomía y la cultura.
PROMOCIÓN
Marketing directo Marketing de influencia

Análisis FODA

Fortalezas: Diversidad gastronómica y cultural, atractivo turístico diferenciado

Oportunidades: Desarrollo del turismo cultural y sustentable, apoyo del GAD provincial.

Debilidades: Falta de capacitación, falta de promoción interna y externa.

Amenazas: Conflictos por intereses entre las comunidades de cantones cercanos.

Segmentación del mercado

Segmento Nacional
Habitantes guayaquileños, hombres y mujeres con edad comprendida entre 20 y 40 años que gustan de realizar actividades turísticas que implican el disfrute de gastronomía tradicional y la cultura.

Fijación de estrategias

- **Estrategia enfocada en el producto**

Ofrecer un producto diferente al que se venía ofreciendo en donde se destaque el turismo de gastronomía con rutas establecidas y complementadas con los valiosos recursos culturales que posee Colta como la iglesia de la Balvanera y las Catatumbas; un verdadero patrimonio nacional que debe ser preservado.

Beneficio del producto	
Para los turistas Guayaquileños	Disfrute de diversidad de actividades en un solo destino
	Aumento de conocimientos acerca de culturas ancestrales e identidad nacional

Slogan del destino

Colta...cuna de tradiciones y sabores

Conceptualización de la marca

La marca turística creada para el destino Colta hace referencia a los sabores tradicionales del destino y de los recursos patrimoniales y culturales.

Necesidades por eje de acción

Necesidades	Descripción	Presupuesto
Promoción turística	Implementación del plan de marketing para el cantón	\$ 7.500
Mantenimiento de atractivos culturales	Mantenimiento de la Iglesia Balbanera	\$140.000
Mantenimiento de atractivos naturales	Mantenimiento de la laguna de Colta	\$40.000
Desarrollo de las capacidades de la comunidad	Capacitación en servicio al cliente Capacitación sobre manejo de recursos naturales Capacitación de prácticas correctas para manipulación de alimentos	\$5.600
Presupuesto total		\$193.100

Proyectos a implementar

1. PROYECTO DE CAPACITACIÓN	
Servicio al cliente	Manejo de recursos naturales
Localización: Colta	Localización: Colta
Objetivo: Capacitar a los proveedores de alimentos y bebidas en las correctas prácticas de manipulación de alimentos y servicio al cliente	Objetivo: Capacitar a la comunidad local acerca de la importancia del cuidado de los atractivos culturales y naturales del destino Colta.
Descripción: Se plantean actividades y acciones para mejorar las prácticas de manipulación de alimentos.	Descripción: Se plantean actividades y acciones para mejorar las prácticas en el cuidado de los recursos naturales como la laguna de Colta.
Costo del proyecto: \$2.800	Costo del proyecto: \$2.800
Costo total del proyecto 1: \$5.600	
2. PROYECTO DE MANTENIMIENTO DE ATRACTIVOS	
Iglesia Balbanera	Laguna de Colta
Localización: Colta	Localización: Colta
Objetivo: Realizar adecuaciones que con el paso de los años han ido desapareciendo	Objetivo: Realizar adecuaciones para evitar que el destino siga deteriorándose
Descripción: Se plantean actividades y acciones para preservar el patrimonio histórico del destino Colta.	Descripción: Se plantean actividades y acciones para preservar el patrimonio natural del destino Colta.
Costo del proyecto: \$140.000	Costo del proyecto: \$40.000
Costo total del proyecto 2: \$180.000	
3. PROYECTO CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA	
Localización	Riobamba, Guayaquil
Objetivo	Promover los atractivos del destino Colta, turismo gastronómico y turismo cultural
Descripción	Se desarrollan estrategias enfocadas en los productos turísticos potenciales que son la gastronomía y la cultura.
Costo del proyecto:	Costo del proyecto: \$7.500

Conclusiones

Al finalizar el trabajo de investigación Plan de desarrollo turístico para el cantón Colta en la provincia de Chimborazo se concluye que:

- Existen tres tipos de turismo con potencial y que deben ser promovidos en el cantón para recibir los beneficios de la actividad, estos son turismo cultural, gastronómico y de naturaleza.
- Aunque Colta ubicado en la provincia de Chimborazo posee los recursos naturales y culturales necesarios para desarrollarse turísticamente su debilidad es la promoción adecuada de los mismos, esto se puede resolver a través de una campaña de promoción turística dirigida a los turistas potenciales que en este caso es el mercado guayaquileño principalmente, ya que transitan obligadamente por Colta para llegar hacia uno de sus destinos principales que es la ciudad de Riobamba.
- El plan de desarrollo propuesto traerá diversidad de beneficios para cada uno de los actores que participan en la actividad turística ya sean públicos o privados e incluyendo al propio turista. Entre los beneficios se encuentran nuevas oportunidades de empleo, preservación de tradiciones y recursos culturales, rescate de la identidad cultural y contribución para resolver el problema de la aculturación.
- El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Colta está dispuesto a financiar el proyecto de desarrollo turístico propuesto debido a los beneficios que conlleva para el cantón.

Recomendaciones

Al término de la investigación se recomienda:

- Entregar a la autoridad principal del GAD cantonal de Colta el proyecto para socializarlo con las demás autoridades y empresarios del sector turístico con el fin de que pueda ser implementado adecuadamente.
- Establecer alianzas estratégicas con autoridades de otros destinos cercanos al cantón Colta con el fin de apoyarse mutuamente y crear rutas y paquetes turísticos que beneficien a ambos destinos y ofrezcan a los turistas mayor opciones de actividades para su disfrute en el destino de excursión y puedan pernoctar más tiempo en el destino que cuente con la planta turística adecuada.
- A los actores claves del sector turístico en Colta tanto públicos como privados ejecutar los tres proyectos propuestos de capacitación, mejora y promoción para mejorar la calidad de vida de los habitantes y alcanzar el desarrollo turístico del destino.

Referencias

- Asociación de municipalidades ecuatorianas (2009-2019). Municipio de Colta: Gobierno Municipal de Colta. Recuperado de <https://municipiodecolta.gob.ec/gadcolta/index.php/colta/base-legal>
- Ávila, H. Introducción a la metodología de la investigación. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/2c.htm>
- Arocena, J. (2002). El desarrollo local. Un desafío contemporáneo. 2da.ed. Uruguay: Taurus- Universidad Católica.
- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing: conceptos esenciales*. México: Pearson Education
- Benalcàzar S., B. (2014). Estudio Iconográfico de advocaciones religiosas de mayor devoción en el Ecuador y creación de estampas para la evangelización. (Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo)
- Benítez, L., & Garcés, A. (1998). Culturas ecuatorianas ayer y hoy. Quito, Ecuador: Editorial Abya Yala.
- Berger K., (2007). Psicología del desarrollo. España: Editorial Médica Panamericana.
- Birdlife International. (2018). ImportantBirdAreasfactsheet: Lago de Colta. Recuperado de <http://datazone.birdlife.org/site/factsheet/lago-de-colta-iba-ecuador>

Entorno turístico. (s.f). Diferencia entre turistas, visitantes, excursionistas y viajeros.
Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/diferenciaentre-turistas-visitantes-excursionistas-y-viajeros/>

Escuela Superior Politécnica del Chimborazo. (2010). Inventario de Atractivo Turísticos de la Provincia de la Provincia de Chimborazo. Riobamba, Chimborazo, Ecuador: Ministerio de Turismo. Recuperado el 15 de enero de 2018

Cabarcos, N. (2010). Promoción y venta de servicios turísticos. España: Ideaspropias Editorial

Campi, R. & Mora, M. (2015). Elaboración de un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico en el Cantón Pallatanga de la Provincia de Chimborazo. [Tesis de grado, Universidad Católica Santiago de Guayaquil]. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4653/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-247.pdf>

Código Orgánico de Organización Territorial. (2016). Recuperado de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wpcontent/uploads/2017/01/CODIGO-ORGANICO-DE-ORGANIZACIONTERRITORIAL.pdf>

Gallegos, D. (2016). Plan de Desarrollo Turístico para el Cantón Loreto, Provincia de Orellana. [Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. Recuperado de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/5129/1/63T0009.pdf>

Herrera, K. (2017). Plan de Desarrollo Turístico para la Parroquia Dayuma, Cantón Francisco de Orellana, Provincia de Orellana. [Tesis de grado, Escuela

- Superior Politécnica de Chimborazo]. Recuperado de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/7351/1/63T0016.pdf>
- INEC. (2011). Estadísticas. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Casanovas, J. (2014). Reflexiones sobre la definición de excursionista. Recuperado de Visiones del turismo: <https://www.visionesdelturismo.es/excursionista/>
- Constitución del Ecuador. (2008). Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/CONSTITUCI%C3%93N-DE-LA-REP%C3%9ABLICA-DEL-ECUADOR.pdf>
- Colvin, M. & Rutland, F. (2008). IsMaslow'sHierarchyofNeeds a ValidModelofMotivation. Recuperado de <https://business.latech.edu/>
- Empresa Portuaria de San Antonio. (2015). Puerto San Antonio: participación ciudadana anticipada. Recuperado de http://www.sanantonioport.cc.cl/html/participacion/Troncal_Puerto_San_Antonio.pdf
- Santos, J., et all. (2012). Análisis de los factores determinantes de la decisión de compra del consumidor en el periodo navideño: un estudio desarrollado en la región del gran ABC /Brasil. *Invenio*, 15 (29), p.65.
- GADM Colta. (2014). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. Colta.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México, México DF: McGraw-Hill Editores.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. 6 edición. México: Prentice Hall.

Lara, J. (2015). Plan de desarrollo turístico sostenible para la parroquia de Imbaya, provincia de Imbabura. [Tesis de grado, Universidad Regional Autónoma de los Andes]. Recuperado de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/527/1/TUAEXCOMITY H001-2015.pdf>

Lidón, D. (2017). Diferencia entre Turista, Excursionista y Viajero. Recuperado de Turismo sin fronteras: <http://turismologosinfronteras.blogspot.com/2017/11/diferencia-entre-turistaexcursionista.html>

Ley de Turismo. (2014). <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>

Ludewig, C. (s.f). Universo y muestra. Recuperado de <http://www.smo.edu.mx/colegiados/apoyos/muestreo.pdf>

Malhotra, H. (2008). Investigación de mercados. México: Pearson.

Malhotra, N. (2010). *Marketing Research*. México: Pearson.

Miller, J. (2002). *Introducción a la ciencia ambiental*. 5ªed. España: Editorial Thompson.

MINTUR. (2015). Arranca en el país la campaña nacional “Ecuador Potencia Turística”. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/arranca-en-el-pais-la-campana-nacional-ecuador-potencia-turistica/>

- Ricaurte, C. (2009). Manual para Diagnóstico Turístico Local. Obtenido de <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/44127848/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post2007.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=152>
- Ruales, M. (2015). Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Alàquez, Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi. [Tesis de grado, Universidad Técnica de Cotopaxi]. Recuperado de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/2590/1/T-UTC-00126.pdf&vedç>
- Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación*. Buenos Aires: Lumen.
- SEGITTUR. (s.f). Turismo. Recuperado de <http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>
- Mamani, W. (s.f). Plan de desarrollo turístico local. Recuperado de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/plan-de-desarrollo-turistico-local/>
- Martínez, V. (2006). Ocio y turismo en la sociedad actual. Los viajes, el tiempo libre y el entretenimiento en el mundo globalizado. Madrid: McGraw Hill.
- Molina, S. (2000). *Conceptualización del turismo*. México: Limusa.
- Pérez, C. (2006). *Justicia Indígena*. Ecuador: Grafisum.
- Prefectura de Chimborazo. (2016). Recuperado de <http://www.chimborazo.gob.ec/chimborazo/?p=366>

- Ponce, A. (27 de febrero de 2015). Derecho Ecuador. Recuperado de <https://www.derechoecuador.com/la-constitucion>
- Ricaurte, C. (2009). Manual para Diagnóstico Turístico Local. Obtenido de <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/44127848/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post2007.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=>
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson.
- INEC. (2017). Entradas y salidas internacionales. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/entradas-y-salidas-internacionales/3>
- Ministerio de Turismo. (2015). Turismo en cifras. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras?layout=blog>
- Observatorio turístico de Guayaquil. (2016). Turistas que arribaron a Guayaquil en el 2015.
- Araujo, G., & De Sevilha, M. (2017). Los viajeros y sus motivaciones: un estudio exploratorio sobre quiénes aman viajar. *Estudios y perspectivas en turismo*, 26, pp. 62-85.
- Salas, G. (2011). Acerca de la teoría de las preferencias del consumidor. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/acerca-de-la-teoria-de-las-preferencias-del-consumidor/>
- Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana. (2012). Registro Único de Organizaciones de la Sociedad Civil Recuperado de

<https://www.politica.gob.ec/wp-content/uploads/2015/09/REDESDEMEDIOS-SENPLADES.pdf>

Schiffman, L. & Kanuk, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. 8 edición. México: Pearson Educación.

UNESCO. (2003). *Patrimonio Cultural*. Paris: UNESCO.

Tamayo, M. (2012). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España. (2015). Visitante. Recuperado de: <https://www.poraqui.net/glosario/visitante>

Monterrubio J., C. (2009). Comunidad receptora: elemento esencial de la gestión turística. *Gestión Turística*, 11, 101-111.

Quesada, R. (2010). *Elementos de turismo, teoría, clasificación y actividad*. 2 edición. Costa Rica: EUNED.

Chaquina, A. & Esparza, M. (2016). Determinación de estrategias para fortalecer la actividad turística en la ciudad de Villa la Unión del Cantón Colta, Provincia de Chimborazo. [Tesis de grado, Universidad Nacional de Chimborazo]. Recuperado de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/2764/1/UNACH-ING-ECO-2016-0001.pdf>

El telégrafo (2018). 70 hectáreas de totora son removidas de la laguna de Colta. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/70-hectareas-de-totora-son-removidas-de-laguna-de-colta>

INEC. (s.f). Cantón Colta. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web>

inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantoniales/Chimborazo/Fasciculo_Colta.pdf

Secretaria de Planificación y desarrollo (2013). Memoria Técnica Cantón Colta

Paucar, L. (2016). Auditoría de gestión en la empresa pública municipal de turismo Colta lindo y milenario touring COLMITUR-EP del Cantón Colta, Provincia de Chimborazo, periodo 2014. [Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. Recuperado de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/5696/1/82T00534.pdf>

APÉNDICES

Apéndice A: Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

ENCUESTA

Este cuestionario servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de una investigación académica de grado, con el fin de identificar las necesidades y motivaciones de viaje de los turistas potenciales a visitar el cantón Colta.

Favor de llenar el cuestionario en su totalidad con la mayor veracidad posible

Edad		Sexo	
-------------	--	-------------	--

Marcar con una x la opción con la que se sienta identificado

1. Nivel de estudios 2. Situación profesional

Sin estudios	
Primaria	
Secundaria	
Universitarios	

Estudiando	
Trabajando	
Desempleado	
Jubilado	

1. Nivel de ingresos económicos

Sin ingresos	
Menor a \$ 386	
\$ 386- \$ 500	
Mayor a \$ 500	

4. Convivencia

Solos	
Pareja	
Padres	
Otros familiares y amigos	

1. ¿Conoce o ha visitado el destino Colta ubicado en la Provincia de Chimborazo?

SI		NO	
----	--	----	--

En el caso de que su respuesta sea no. ¿Le gustaría visitar un destino que ofrezca diversidad de actividades para realizar e involucra el turismo cultural, de naturaleza y aventura?

SI		NO	
----	--	----	--

2. De las siguientes actividades turísticas que ofrece Colta, señale dos de las que realiza o le gustaría realizar en caso de llegar a visitar el destino.

Observación de flora y fauna	
Visitar iglesias y otros sitios patrimoniales	
Degustación de comida típica	
Asistir a celebraciones y fiestas populares	
Caminatas (trekking)	
Tomar fotografías desde un mirador en la cima de un volcán	

7. ¿Cuál de los siguientes tipos de turismo preferiría realizar en su tiempo libre o en las vacaciones en el destino Colta? Señale 2 opciones.

Turismo de naturaleza	
Turismo cultural	
Turismo de aventura	
Turismo Wellness (de salud)	
Turismo gastronómico	
Otro ¿Cuál?	

8. ¿Cuál de los siguientes aspectos son importantes para usted al elegir un destino a visitar? Señale dos opciones:

Comodidad y buena comida	
Oportunidades para descansar	
Lugares adecuados para pernoctar	
Alejarse del agobio de la ciudad	
Paquetes de viaje baratos	
Diversidad de actividades para realizar	

9. ¿Cuál de los siguientes factores considera usted puede genera una mala experiencia en el destino visitado? Escoja dos opciones.

Falta de información turística	
Venta ambulante	
Discriminación	
Contaminación	
Inseguridad	
Cultura de servicio deficiente (Mal trato al turista)	
Deficiente comunicación (señal de internet baja, WIFI)	

10. ¿Cómo suele organizar sus viajes a un destino?

Cuenta propia (internet, dispositivos electrónicos, etc.)	
Agentes especializados (agencias de viaje, tour operadores, etc.)	

11. ¿Cuál es su rango de gastos individual en un viaje a un destino similar a Colta?

Menos de \$ 200	
\$ 200 - \$ 400	
\$ 401- \$ 600	
\$601- \$ 800	
Más de \$ 800	

12. ¿Usted prefiere viajar?

solo	
Con amigos	
Con familiares	
Con personas con los mismos intereses en común	
Otro:	

13 ¿A través de qué medios busca información para realizar sus viajes a un destino nacional? Señalar dos opciones

Redes sociales	
Medios masivos (periódicos, tv, radio)	
Revistas especializadas de viaje	
Agentes de viaje u otro profesional de turismo que conozca acerca del destino	
Otro:	

Gracias por su tiempo

Apéndice B: Fotos visita de Campo



Apéndice C

Detalle de los costos de implementación del plan de desarrollo turístico

- Capacitaciones


Capacitación en servicio al cliente (turismo)
Sesión 1: Taller para 30 personas con dos horas de duración \$ 2800
Sesión 2: Taller para 30 personas con dos horas de duración \$ 2800



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Díaz Díaz Evelyn Doménica**, con C.C: # **0990231765** y **Gaibor Rodríguez Victoria Rafaela**, con C.C: # **0931174940** autoras del trabajo de titulación: **Propuesta de plan de desarrollo turístico para el cantón Colta, provincia de Chimborazo** previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 12 de **septiembre** de **2018**

f. _____

Nombre: **Evelyn Doménica Díaz Díaz**
C.C: **0990231765**

f. _____

Nombre: **Rafaela Victoria Gaibor Rodríguez**
C.C: **0931174940**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta de plan de desarrollo turístico para el cantón Colta, provincia de Chimborazo		
AUTOR(ES)	Díaz Díaz Evelyn Doménica, Gaibor Rodríguez Victoria Rafaela		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Escuela de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	12 de septiembre de 2018	No. DE PÁGINAS:	93
ÁREAS TEMÁTICAS:	Turismo cultural, turismo gastronómico, plan de desarrollo, promoción		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Desarrollo turístico, plan de promoción, sistema turístico, Colta, turismo cultural		
RESUMEN/ABSTRACT			
<p>La investigación denominada propuesta de Plan de Desarrollo Turístico para el Cantón Colta, Provincia de Chimborazo está conformada por cuatro capítulos bien delimitados que abarcan un marco teórico que sirve de guía y soporte a la investigación, el diagnóstico situacional actual del sistema turístico en el destino, un estudio de mercado para identificar el mercado meta y su comportamiento de consumo habitual. Finalmente, una propuesta diseñada con el fin de ofrecer alternativas e implementar estrategias que permitan mejorar la promoción de atractivos turísticos naturales y culturales del lugar y por ende generar beneficios a cada uno de los actores implicados directa o indirectamente en la actividad turística incluyendo a la comunidad local y al propio turista.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +(593) 0990231765	E-mail: linche14@hotmail.com, rafaellagr92@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Salazar Raymond María Belén		
	Teléfono: + 593-4-2206950 ext 5049		
	E-mail: maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			