

**PROGRAMA DE APROVECHAMIENTO Y USO TURÍSTICO
DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA
PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

RESPONSABLE: José Armando Lliquín Ausay

TESIS

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

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

RIOBAMBA – ECUADOR

2013

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado “PROGRAMA DE APROVECHAMIENTO Y USO TURÍSTICO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO” de responsabilidad del señor Egresado: José Armando Lliquín Ausay, ha sido prolijamente revisada quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Christiam Aguirre

.....

DIRECTOR

Ing. Andrea Guadalupe

.....

MIEMBRO

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

RIOBAMBA – ECUADOR

2013

DEDICATORIA

A Dios y a la Virgen Santísima del Cisne por las bendiciones recibidas, a mis queridos padres Antonio e Inés que con su apoyo incondicional, paciencia y amor han sabido ser mi guía fundamental para esforzarme día a día, a mi hermano Diego por ser parte de esta lucha diaria en el trajinar de mi vida, a mi abuelita querida Piedad que con sus consejos y consentimientos a sabido ser mi fuente de esperanza, alegría y ternura.

A mis queridos amigos y amigas que de una u otra manera han sabido a estar conmigo apoyándome en las buenas y las malas.

AGRADECIMIENTO

Me faltarían palabras para agradecer a todas aquellas personas que de una u otra manera has sabido formar parte de mi vida con su apoyo incondicional

Primeramente a Dios y a la Virgen Santísima del Cisne por ser mis guías espirituales y haberme dado la fuerza de voluntad para seguir adelante a pesar de las constantes caídas.

Agradezco a mi querido padre Antonio y a mi querida y amada madre Inés que con su paciencia y amor han sabido guiarme para culminar una etapa más de mi vida estudiantil. Gracias queridos padres.

A mi querida abuelita que con su comprensión y amor siempre ha sabido estar ahí para mí cuando más la necesitaba, llenando con su ternura alegría a mi corazón. Gracias Mamita Piedad

A mis queridos profesores guías que con su apoyo e logrado culminar este presente trabajo, fruto de mi esfuerzo y dedicación. Gracias Ing. Christiam Aguirre e Ing. Andrea Guadalupe quienes supieron asesorarme de la mejor manera posible para poder culminar el presente trabajo de investigación.

Ahora si podre decir Mamita, Papito ¡Misión Cumplida!

CUADRO DE CONTENIDO

CONTENIDO	PAG.
I. <u>TITULO</u>	1
II. <u>INTRODUCCION</u>	1
A. JUSTIFICACION	3
B. OBJETIVOS	4
1. Objetivo general.....	4
2. Objetivo específicos.....	4
C. HIPOTESIS	5
III. <u>REVISION BIBLIOGRÁFICA</u>	6
A. TURISMO	6
1. Generalidades.....	6
2. Importancia de turismo.....	6
3. Turismo cultural.....	7
4. Importancia del turismo cultural.....	7
5. Ventajas del turismo cultural.....	8
B. PATRIMONIO CULTURAL	8
1. Generalidades.....	8
2. Importancia del patrimonio cultural.....	10
3. Patrimonio cultural inmaterial.....	11
4. Ámbitos del patrimonio cultural inmaterial.....	12
C. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES...	14
1. Atractivo cultural.....	14
2. Planificación del inventario de recurso culturales	14
3. Estrategias y técnicas para el inventario y sistematización de recursos culturales.....	14
4. Los productos turísticos.....	15
5. Productos turísticos culturales.....	15
6. Inventario del patrimonio cultural inmaterial.....	15
D. MATRIZ FODA	16

1. Fortalezas.....	17
2. Debilidades.....	17
3. Oportunidades.....	17
4. Amenazas.....	18
E. ANALISIS DE OFERTA Y DEMANDA.....	18
1. Generalidades.....	18
2. Demanda turística.....	19
3. Oferta turística.....	22
4. Muestra y población.....	22
F. PROGRAMAS TURÍSTICOS.....	24
1. Generalidades.....	24
2. Actividades de los programas de turismo.....	24
G. PROYECTOS TURÍSTICOS.....	25
1. Generalidades.....	25
2. Fases de un proyecto.....	25
3. Proyecto turístico cultural.....	26
4. Elaboración de un proyecto turístico cultural.....	26
5. Características de un proyecto turístico cultural.....	27
IV. <u>MATERIALES Y METODOS</u>.....	29
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	29
1. Localización.....	29
2. Ubicación geográfica.....	29
3. Características climáticas.....	29
B. MATERIALES Y EQUIPOS.....	30
1. Materiales.....	30
2. Equipos.....	30
C. METODOLOGÍA.....	30
1. Inventario del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo	
2. Realización de estudios de oferta y demanda	32
3. Elaboración de la propuesta técnica para el programa de uso y aprovechamiento del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo.....	34

V. <u>RESULTADOS</u>	38
A. INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO	38
1. Tradiciones y expresiones orales.....	38
2. Artes del espectáculo.....	68
3. Usos sociales, rituales y actos festivos.....	78
4. Conocimientos y usos relacionados con el universo y la naturaleza	95
5. Técnicas artesanales tradicionales.....	117
B. ESTUDIO DE OFERTA Y DEMANDA	142
1. Análisis de la oferta.....	142
2. Análisis de la demanda.....	175
C. FORMULACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN FILOSÓFICA Y ESTRATÉGICA DE LA PROPUESTA TECNICA PARA EL PROGRAMA DE APROVECHAMIENTO Y USO TURÍSTICO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO	218
1. Análisis situacional.....	218
2. Formulación filosófica.....	240
3. Formulación estratégica.....	240
4. Estructuración de subprogramas.....	243
5. POA.....	279
6. Propuesta para el aprovechamiento y uso turístico del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo.....	298
VI. <u>CONCLUSIONES</u>	305
VII. <u>RECOMENDACIONES</u>	306
VIII. <u>RESUMEN</u>	308
IX. <u>SUMMARY</u>	309
X. <u>BIBLIOGRAFIA</u>	310
XI. <u>ANEXOS</u>	313

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Atractivos turísticos de la provincia de Chimborazo.....	142
Cuadro 2. Planta turística de la provincia de Chimborazo.....	159
Cuadro 3. Productos turísticos de la provincia de Chimborazo.....	166
Cuadro 4. Calculo de universo.....	175
Cuadro 5. Matriz FODA sistema turístico.....	219
Cuadro 6. Matriz FODA PCI.....	226
Cuadro 7. Identificación nudos críticos.....	230
Cuadro 8. Identificación factores clave de éxito.....	232
Cuadro 9. Análisis de involucrados.....	237
Cuadro 10. Marco lógico proyecto 1.1.....	245
Cuadro 11. Marco lógico proyecto 1.2.....	247
Cuadro 12. Marco lógico proyecto 1.3.....	249
Cuadro 13. Marco lógico proyecto 2.1.....	252
Cuadro 14. Marco lógico proyecto 2.2.....	254
Cuadro 15. Marco lógico proyecto 3.1.....	259
Cuadro 16. Marco lógico proyecto 3.2.....	261
Cuadro 17. Marco lógico proyecto 3.3.....	262
Cuadro 18. Marco lógico proyecto 3.4.....	264
Cuadro 19. Marco lógico proyecto 4.1.....	268
Cuadro 20. Marco lógico proyecto 4.2.....	270
Cuadro 21. Marco lógico proyecto 4.3.....	271
Cuadro 22. Marco lógico proyecto 4.4.....	273
Cuadro 23. Presupuesto del programa.....	276
Cuadro 24. POA.....	278
Cuadro 25. Objetivos y líneas de actuación de la propuesta.....	299

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Edad turistas nacionales.....	176
Tabla 2. Sexo turistas nacionales.....	177
Tabla 3. Procedencia turistas nacionales.....	178
Tabla 4. Ocupación turistas nacionales.....	179
Tabla 5. Ingresos económicos turistas nacionales.....	180
Tabla 6. Viaja a través de qué medio.....	181
Tabla 7. Preferencia de viaje turistas nacionales.....	182
Tabla 8. Motivo de viaje turistas nacionales.....	183
Tabla 9. Frecuencia de viaje turistas nacionales.....	184
Tabla 10. Con quien prefiere viajar el turista nacional.....	185
Tabla 11. Gastos de viaje por día turistas nacionales.....	186
Tabla 12. Medios utilizados para informarse.....	187
Tabla 13. Tipo de alojamiento utilizado	188
Tabla 14. Destino preferido turista nacional.....	189
Tabla 15. 1era. Vez que visita la provincia	190
Tabla 16. Preferencia por oferta PTC.....	191
Tabla 17. Actividades a realizarse en un PTC.....	192
Tabla 18. Tipo de comida que consume turista nacional.....	193
Tabla 19. Le gustaría la implementación de un Programa de aprovechamiento del PCI.....	194
Tabla 20. Edad turistas extranjeros.....	197
Tabla 21. Sexo turistas extranjeros.....	198
Tabla 22. Procedencia turistas extranjeros.....	199
Tabla 23. Ocupación turistas extranjeros.....	200
Tabla 24. Ingresos económicos turistas extranjeros.....	201
Tabla 25. Medio de viaje utilizado turista extranjero.....	202
Tabla 26. Preferencia de viaje turista extranjero.....	203

Tabla 27. Motivo de viaje turista extranjero.....	204
Tabla 28. Frecuencia de viaje turista extranjero.....	205
Tabla 29. Con quien prefiere viajar.....	206
Tabla 30. Gastos de viaje por día turista extranjero.....	207
Tabla 31. Medios utilizados para informase.....	208
Tabla 32. Tipo de alojamiento utilizado turista extranjero.....	209
Tabla 33. Destino preferido turista extranjero.....	210
Tabla 34. 1era vez que visita la provincia.....	211
Tabla 35. Le gustaría que oferten PTC.....	212
Tabla 36. Actividades a realizarse en un PTC.....	213
Tabla 37. Tipo de comida consumida turista extranjero.....	214
Tabla 38. Le gustaría la implementación de un Programa de aprovechamiento del PCI.....	215

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Edad turistas nacionales.....	177
Gráfico 2. Sexo turistas nacionales.....	178
Gráfico 3. Procedencia turistas nacionales.....	179
Gráfico 4. Ocupación turistas nacionales.....	180
Gráfico 5. Ingresos económicos turistas nacionales.....	181
Gráfico 6. Viaja a través de qué medio.....	182
Gráfico 7. Preferencia de viaje turistas nacionales.....	183
Gráfico 8. Motivo de viaje turistas nacionales.....	184
Gráfico 9. Frecuencia de viaje turistas nacionales.....	185
Gráfico 10. Con quien prefiere viajar el turista nacional.....	186
Gráfico 11. Gastos de viaje por día turistas nacionales.....	187
Gráfico 12. Medios utilizados para informarse.....	188
Gráfico 13. Tipo de alojamiento utilizado	189
Gráfico 14. Destino preferido turista nacional.....	190
Gráfico 15. 1era. Vez que visita la provincia	191
Gráfico 16. Preferencia por oferta PTC.....	192
Gráfico 17. Actividades a realizarse en un PTC.....	193
Gráfico 18. Tipo de comida que consume turista nacional.....	194
Gráfico 19. Le gustaría la implementación de un Programa de aprovechamiento del PCI.....	195
Gráfico 20. Edad turistas extranjeros.....	198
Gráfico 21. Sexo turistas extranjeros.....	199
Gráfico 22. Procedencia turistas extranjeros.....	200
Gráfico 23. Ocupación turistas extranjeros.....	201
Gráfico 24. Ingresos económicos turistas extranjeros.....	202
Gráfico 25. Medio de viaje utilizado turista extranjero.....	203
Gráfico 26. Preferencia de viaje turista extranjero.....	204

Gráfico 27. Motivo de viaje turista extranjero.....	205
Gráfico 28. Frecuencia de viaje turista extranjero.....	206
Gráfico 29. Con quien prefiere viajar.....	207
Gráfico 30. Gastos de viaje por día turista extranjero.....	208
Gráfico 31. Medios utilizados para informase.....	209
Gráfico 32. Tipo de alojamiento utilizado turista extranjero.....	210
Gráfico 33. Destino preferido turista extranjero.....	211
Gráfico 34. 1era vez que visita la provincia.....	212
Gráfico 35. Le gustaría que oferten PTC.....	213
Gráfico 36. Actividades a realizarse en un PTC.....	214
Gráfico 37. Tipo de comida consumida turista extranjero.....	215
Gráfico 38. Le gustaría la implementación de un Programa de aprovechamiento del PCI.....	216
Gráfico 39. Análisis de alternativas.....	236
Gráfico 40. Definición de subprogramas.....	243

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Cajas de listas de patrimonio cultural inmaterial.....	313
Anexo 2. Modelo de encuestas aplicada a turistas nacionales.....	318
Anexo 3. Modelo de encuestas aplicada a turistas extranjeros.....	320
Anexo 4. Catastro de planta turística provincia de Chimborazo.....	323

I. PROGRAMA DE APROVECHAMIENTO Y USO TURÍSTICO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

II. INTRODUCCIÓN

A través del tiempo el turismo como actividad ha tomado fuerza, convirtiéndose para la actualidad en una nueva alternativa y fuente de desarrollo económico, social, cultural y ambiental; teniendo como herramientas de apoyo el aprovechamiento sustentable y sostenible del patrimonio natural y cultural, la participación directa e indirecta de la población local, la eficiente prestación de servicios y la distribución equitativa de las utilidades.

Cultura es todo aquello que el ser humano hace para vivir y sobrevivir en un medio determinado. Pero cultura es también su sistema simbólico, su forma de ver el mundo es decir, su lengua particular, sus redes de parentesco, sus saberes, su mitología. Cultura es su expresión religiosa, como también sus formas de preparar los alimentos o de distraerse.

La Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, aprobada en 2003, trata de las expresiones culturales que se transmiten en el seno de las comunidades. En la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, establecida por la Convención, figuran docenas de ejemplos de cultura tradicional y folclore. En donde los objetivos de la UNESCO son: 1) Promover la diversidad cultural mediante la salvaguardia del patrimonio en sus diversas dimensiones y la valorización de las expresiones culturales; y 2) Promover la cohesión social mediante el fomento del pluralismo, el diálogo entre culturas y una cultura de paz, así como la función central de la cultura en el desarrollo sostenible.

Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar

dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

La población ecuatoriana goza de una amplia diversidad étnica. El Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador (CODENPE) señala que en el territorio ecuatoriano conviven trece nacionalidades y catorce pueblos indígenas con su propia cosmovisión del mundo, conjuntamente con mestizos, blancos y afroecuatorianos.

El Ministerio de Cultura ha impulsado proyectos que permiten el fortalecimiento de la identidad, conscientes que un pueblo sin identidad no es conocedor de sus raíces, creencias y costumbres. El Ecuador un país multiétnico en donde la riqueza cultural intangible se le puede proyectar en una oferta turística cultural y de esta manera consolidarla como un valor agregado de los productos turísticos consolidados en la provincia de Chimborazo.

El Turismo Cultural es una modalidad de turismo que hace hincapié en aquellos aspectos culturales que oferta un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país. El turismo cultural se ha transformado en una tendencia mundial en crecimiento, lo que implica nuevos retos y desafíos. Partiendo por la revalorización de los recursos culturales en el territorio y el diseño de modelos que dinamicen y potencien estos recursos como un elemento más en la oferta atrayendo más visitantes y fortaleciendo los destinos. Los retos claves son la puesta en valor de los recursos, la creación de productos, su promoción y comercialización.

Es importante considerar que el recurso del que se habla tiene una sensibilidad especial, pues se refiere a quiénes y cómo son los habitantes del territorio. Por lo mismo, el tratamiento de este recurso debe hacerse bajo la premisa de ser consecuente con la identidad del lugar, el respeto en el tratamiento del patrimonio y la racionalidad en la explotación.

La provincia de Chimborazo se caracteriza por ser una provincia con mayor población indígena, es así que su riqueza en el ámbito cultural es inmensa. Las tradiciones en la que se encuentra vinculados la provincia son un atractivo turístico que llama la atención tanto a turistas nacionales como extranjeros, la gastronomía típica, sus fiestas, su vestimenta, su saber popular y el convivir diario hacen posible crear un turismo cultural, que se pueda conocer la riqueza cultural con la que cuenta nuestra provincia.

De esta manera el “Programa de aprovechamiento y uso turístico del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo”, permitirá poner en valor el patrimonio intangible como una oferta turística o como un valor agregado de los productos turísticos consolidados en la provincia de Chimborazo.

A. JUSTIFICACIÓN

El crecimiento poblacional, la migración y el mal manejo del turismo debilitaron los aspectos socioculturales de la provincia de Chimborazo. Específicamente en los pueblos donde aún se aprecian ciertos índices culturales. Es así que poco a poco se ha ido perdiendo el patrimonio inmaterial en la provincia de Chimborazo.

En la actualidad gracias a la iniciativa de ciertas instituciones y personas vinculadas con el turismo y conscientes de que un pueblo sin identidad no tiene potencial turístico proponen diversas actividades que permiten recuperar el patrimonio cultural inmaterial que con el paso del tiempo se han ido perdiendo.

Los valores, creencias, costumbres y formas de expresión artística característicos de una comunidad, en especial a aquéllos que se transmiten por vía oral. Lo tradicional coincide así, en gran medida, con la cultura o "sabiduría popular". O en el mismo saber diario.

El presente trabajo estuvo proyectado para la provincia de Chimborazo, debido a las diferentes formas de crear un turismo cultural adecuado se ha tratado de realizar un estudio lo más apegado a la realidad con el fin de proponer un

“Programa de Aprovechamiento y Uso Turístico del Patrimonio Cultural Inmaterial”, que impulse el desarrollo de actividades que salvaguarden el patrimonio inmaterial.

Lo que se pretende conseguir por medio de la presente investigación, es darle un giro diferente al turismo cultural que se viene promoviendo en la provincia de Chimborazo, proponiendo proyectos donde se use y aproveche adecuadamente el patrimonio cultural inmaterial en la provincia de Chimborazo, entre otras actividades, que permitan resaltar y poner en valor los bienes culturales intangibles, valorarlos y mostrarlos a los turistas. Para ello se debe analizar el potencial de cada sitio a escoger. Además con todas estas actividades, se pretende que el turista deje sus divisas de una manera directa, lo cual representaría un gran beneficio económico para la población residente.

Adicionalmente, el diseño de este tipo de programas para el aprovechamiento y uso turístico del patrimonio cultural inmaterial permitirá apreciar e impulsar turísticamente ciertos sitios de la provincia que muchas veces pasan inadvertidos y que gozan de gran riqueza cultural intangible, los cuales deben ser dados a conocer tanto a visitantes nacionales como internacionales. Ésta es una oportunidad para que la provincia de Chimborazo pueda incursionar aun más en un ámbito del turismo.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo general

Estructurar un programa de uso y aprovechamiento turístico del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo.

2. Objetivos específicos

a. Inventariar el patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo.

- b. Efectuar el análisis de oferta y de demanda.
- c. Elaborar la propuesta técnica para el aprovechamiento y uso turístico del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo.

C. HIPÓTESIS

Existe potencial en bienes culturales intangibles para la realización de un programa de aprovechamiento y uso turístico del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo.

III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. TURISMO

1. Generalidades

Según la Organización Mundial de Turismo OMT (2002), define "El Turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos".

BRITTON, A. (1999) sostiene que el turismo es: "la actividad económica productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores, son destinados a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación".

Por su propia naturaleza el turismo ha llegado a ser un complejo fenómeno de dimensiones políticas, sociales, culturales, educativas, biofísicas, ecológicas y estéticas, en las que se puede descubrir numerosas oportunidades y posibilidades conociendo su valiosa interacción existente entre los deseos y expectativas de los visitantes y de las aspiraciones y deseos de las localidades anfitrionas. Por lo que el turismo es cada vez más apreciado como una fuerza positiva para la conservación de la naturaleza y la cultura, captando aspectos económicos aprovechados para su conservación generando fondos. (BRITTON, A., 1999)

2. Importancia del turismo

Según BRITTON, A. (1999) dice que en términos cuantitativos el turismo se a convertido en una de las actividades de mayor importancia del planeta, por el número de desplazamientos internacionales y domésticos, debido a los empleos que genera, a su impacto sobre la Balanza de Pagos y el Producto Nacional, al

igual que el monto de las inversiones y el gasto público y privado que propicia, así también destaca la importancia del turismo como una opción para el desarrollo de las comunidades y de los individuos, su trascendencia cualitativa es innegable en nuestros días además de relacionarse con necesidades fundamentales del ser humano, como por ejemplo, la educación, el aprendizaje e identificación con otras culturas, grupos étnicos y recursos naturales. El turismo es importante además porque proporciona experiencias emotivas y cognitivas de gran riqueza y valor, pues permite al individuo la interacción con el medio que lo rodea.

3. Turismo cultural

El Turismo Cultural se define como "Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico" (SECTUR-CESTUR, Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural, 2002).

4. Importancia del turismo cultural

El Turismo Cultural juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de nuestro país. Los efectos que genera el tratamiento adecuado del turismo cultural, desde una perspectiva de mercados, trae como consecuencia, la satisfacción del cliente, la conservación del patrimonio de uso turístico y el desarrollo económico y social de las comunidades a partir de la generación de nuevos empleos. (SECTUR-CESTUR, Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural, 2002).

5. Ventajas del turismo cultural

a. Diversificación de los destinos

El identificar bienes culturales en un territorio determinado, incorpora un valor agregado al destino, pues es posible lograr una nueva dimensión que se suma como otro punto de atracción de dicho destino.

b. Nuevas oportunidades de negocios

Al considerar el turismo cultural como un elemento activo dentro de la oferta explotable, surgen naturalmente nuevas oportunidades de negocio, ya sea con el bien cultural en sí o entorno a éste.

c. Incentiva el aumento del gasto

Al incorporar una nueva actividad turística cultural a la oferta existente, necesariamente el turista gasta más tiempo y se desplaza en un radio mayor de espacio, lo que se traduce en un aumento de gasto realizado en el territorio.

d. Baja la estacionalidad

La apreciación y/o experiencia de los bienes culturales es un factor que no depende de factores climáticos necesariamente. Esto implica el uso de estos bienes como factor de consolidación del territorio. (SECTUR-CESTUR, Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural, 2002).

B. PATRIMONIO CULTURAL

1. Generalidades

Etimológicamente hablando, la palabra patrimonio proviene del prefijo en latín “Pater o Patris”, que significa origen-principio y del sufijo “Monium” que denota pertenencia hacia algo o alguien. Es decir patrimonio es aquello perteneciente por

derecho a un origen; por extensión en el derecho romano se indica “los bienes que el hijo tiene heredados de su pater o padre.

De otro lado la palabra cultura, tiene su origen remoto en la palabra latina “Coleres” que tenía un sentido amplio y que derivó en agricultura o cultura que significa aquel trabajo que hace producir a la tierra; por extensión, lo que brota del ser humano, el cultivo del conocimiento y el espíritu.

En un sentido antropológico, cultura es el conjunto de bienes materiales, símbolos, valores, actitudes, conocimientos, formas de organización y comunicación, que hacen posible la vida de una sociedad y le permiten transformarse y reproducirse de una generación a la siguiente.

En consecuencia el “Patrimonio Cultural” está conformado por todas las creaciones humanas que tienen un valor desde el punto de vista histórico, artístico y científico, que se constituyen en una herencia recibida de nuestros antepasados y que estamos en el deber de preservar para las generaciones futuras. (Haulot, A. 1991)

Según Haulot, A (1991); El patrimonio cultural es el conjunto de exponentes naturales o productos de la actividad humana que nos documentan sobre la cultura material, espiritual, científica, histórica y artística de épocas distintas que nos precedieron y del presente; y que, por su condición ejemplar y representativa del desarrollo de la cultura, todos estamos en la obligación de conservar y mostrar a la actual y futura generación.

El patrimonio cultural de un país o región está constituido por todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles o intangibles producidas por las sociedades, resultado de un proceso histórico en donde las sociedades, resultado de un proceso histórico en donde la reproducción de las ideas y del material se constituyen en factores que identifican y diferencian a ese país o región.

El concepto de patrimonio cultural incluye no sólo los monumentos y manifestaciones del pasado (sitios y objetos arqueológicos, arquitectura colonial, documentos y obras de arte) sino también lo que se llama patrimonio vivo, las diversas manifestaciones de la cultura popular, las poblaciones o comunidades tradicionales, las artesanías y artes populares, la indumentaria, los conocimientos, valores, costumbres y tradiciones características de un grupo o cultura. Los elementos que constituyen el patrimonio cultural son testigos de la forma en que una sociedad o cultura se relaciona con su ambiente. Las manifestaciones y elementos que conforman el patrimonio cultural del hombre son un reflejo de la respuesta del hombre a los problemas concretos de su existencia sobre la tierra. (Haulot, A. 1991)

2. Importancia del patrimonio cultural

La importancia del patrimonio cultural inmaterial no es la manifestación cultural en sí, sino más bien la riqueza de conocimientos y habilidades que se transmite a través de una generación a otra. El valor social y económico de esta transmisión de conocimiento es relevante para los grupos minoritarios y para los principales grupos sociales dentro de un Estado, y es tan importante para los Estados en desarrollo como para los desarrollados

En el contexto de la comunicación a través de generaciones y la constante modernización de nuestro entorno existe el riesgo de una estandarización de la cultura. Sin embargo, para existir cada persona necesita dar testimonio de su vida diaria, expresar su capacidad creativa y preservar los trazos de su historia. Esto solamente es logrado a través del patrimonio cultural.

En un principio fueron considerados patrimonio cultural los monumentos, conjuntos de construcciones y sitios con valor histórico, estético, arqueológico, científico, etnológico y antropológico. Sin embargo, la noción de patrimonio cultural se ha extendido a categorías que no necesariamente forman parte de sectores artísticos pero que también tienen gran valor para la humanidad. Entre

estos se encuentran las formaciones físicas, biológicas y geológicas extraordinarias, las zonas con valor excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural y los hábitats de especies animales y vegetales amenazadas.

Otra vertiente moderna del patrimonio cultural es aquella que valora no sólo nuestra memoria pasada sino también nuestros testimonios presentes, los cuales se almacenan cada vez más en forma digital. Esto incluye páginas de Internet, bases en línea y diarios electrónicos que son parte integral de nuestro patrimonio cultural. La protección de este patrimonio necesita del consenso internacional para su almacenaje, preservación y diseminación.

El patrimonio testimonia la experiencia humana y sus aspiraciones y debe ser una experiencia compartida que ofrece a cada ser humano la oportunidad del descubrimiento propio como otra persona en ese caudal de conocimiento que no es el propio. El valor más importante del patrimonio cultural es la diversidad. Pero la diversidad de este patrimonio debe tener el propósito de unir a los diversos pueblos del mundo a través del diálogo y el entendimiento, en vez de separarlos. (CASTAÑEDA. X. 2001)

3. Patrimonio cultural inmaterial

Se entiende por Patrimonio Cultural Inmaterial 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. A los efectos de la presente Convención, se tendrá en cuenta únicamente el patrimonio cultural inmaterial que sea compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes y con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible.(Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial) (UNESCO, 2003)

4. Ámbitos del patrimonio cultural inmaterial

Como signatario de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Inmaterial (2003) de la UNESCO, el Ecuador ha considerado como parte de la metodología de identificación del patrimonio inmaterial, las cinco categorías generales propuestas denominadas ámbitos del Patrimonio Inmaterial.

Sobre estos ámbitos referenciales, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ha desarrollado categorías más específicas a través de un análisis de las manifestaciones que se encuentran en la realidad cultural del Ecuador y que se expresan en la Guía de Ámbitos y Subámbitos del Patrimonio Inmaterial

a. Tradiciones y expresiones orales

Es la transmisión, de generación en generación, del conocimiento y del saber de las diversas sociedades y grupos, información que tiene relación directa con relatos de hechos históricos, acontecimientos mitológicos y expresiones del saber popular. Se incorporan aquí todas las expresiones de la mitología, las leyendas, los cuentos, las coplas, amorfinos, plegarias, expresiones de toponimia, narraciones de la historia local, así como también las lenguas y dialectos (Guía de Bienes Culturales del Ecuador, 2010)

b. Artes del espectáculo

Categoría referente a las manifestaciones propias de un pueblo que tienen que ver con la creatividad, que se han ido transmitiendo de generación en generación y que han ido evolucionando y adquiriendo nuevos significados con el pasar del tiempo. Aquí se incluyen la puesta en escena de las expresiones de música, teatro, plástica, danza, literatura, juegos y otras. (Guía de Bienes Culturales del Ecuador, 2010)

c. Usos sociales rituales y actos festivos

Actividades que estructuran la vida de las comunidades y grupos sociales, reafirmando su identidad; en espacios públicos o privados, en contextos sagrados o profanos, en el área rural o urbana y que pueden estar asociadas al ciclo vital de los individuos y grupos, al calendario agrícola o estacional y otros sistemas temporales o espaciales, como fiestas o ceremonias religiosas, festividades, fiestas cívicas, ritos especiales o representaciones escénicas populares. (Guía de Bienes Culturales del Ecuador, 2010)

d. Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

Es el conjunto de conocimientos, técnicas, competencias, prácticas y representaciones desarrolladas y perpetuadas por la comunidades en la interacción con su entorno natural y que se transmiten de generación en generación. Entre ellos están los conocimientos sobre alimentos y cocina (gastronomía), medicina tradicional, geografía sagrada o sitios sagrados, toponimia, agrobiodiversidad y astronomía. (Guía de Bienes Culturales del Ecuador, 2010)

e. Técnicas tradicionales artesanales

Conjunto de actividades productoras, de carácter esencialmente manual, realizadas por un solo individuo o una unidad familiar, transmitidas por tradición de padres a hijos y cuyos productos, generalmente de carácter anónimo están destinadas a la cobertura de necesidades concretas. Es el caso de la producción de artesanías. (Guía de Bienes Culturales del Ecuador, 2010)

C. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS CULTURALES

1. Atractivo cultural

Es un lugar que guarda la historia, así como también, lugar que ofrece en formas variables la estructura colectiva de un lugar. Cultura significa el conjunto de elementos materiales o inmateriales (lengua, ciencia, técnica, normas tradicionales, valores, símbolos modelos de comportamiento socialmente transmitidos y asociados, etc.); que caracterizan a un pueblo que se ha esforzado por dotarse de una personalidad específica (GUERRERO, P. 2002).

2. Planificación del inventario de recursos culturales

Los recursos culturales de un pueblo se manifiestan, de un modo natural, en el conjunto de sus usos, relatos, leyendas, juegos y cortejos, en los cuales se despliegan la brillantez de su indumentaria y la originalidad de sus grupos y figuras. Particularmente es en las fiestas populares en que todos gozan del patrimonio común y se le enriquece aún más si cada uno decide aportar en su continuación (NOBOA, P. 2008).

3. Estrategias y técnicas para el inventario y sistematización de recursos culturales

Teniendo como eje de trabajo la investigación, las fases constituyen la parte teórica del inventario. La parte práctica es diferente y constituyen las llamadas “experiencias de campo”. Otros nombres son “investigaciones de campo” o “intervenciones in situ”. El término “de campo” no significa que las investigaciones se realicen en el espacio rural, sino en el lugar de los hechos. Los procedimientos empleados para la aplicación práctica de las fases, son las llamadas “técnicas de investigación”.

4. Los productos turísticos

Es la elaboración de un sistema diverso e integrado que mediante estrategias de interpretación, presentación exhibición, conservación y promoción tenga como objeto producir un complejo de mensajes, actividades y equipamientos que brinde al consumidor turista una serie de pautas cognoscitivas, informativas y lúdicas para que este satisfaga eficientemente su demanda de ocio cultural en su visita turística (NOBOA, P. 2008).

5. Productos turísticos culturales

Desde el punto de vista de las estrategias turísticas, un producto turístico es aquel que cubre una experiencia de viaje en su conjunto, desde que el turista sale de su domicilio hasta que regresa. Un producto turístico es un conjunto de elementos que hacen del viajar un arte intangible, una experiencia interesante y atractiva para turistas y visitantes. (NOBOA, P. 2008)

6. Inventario del patrimonio cultural inmaterial

El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) es una entidad del Sector Público con ámbito nacional, encargada de investigar, asesorar, ejecutar y

controlar los procesos que inciden en forma concomitante en la preservación, apropiación y uso adecuado del patrimonio cultural material e inmaterial. Es el órgano rector de la política patrimonial y en ese espacio consolida voluntades, conocimientos y acciones para que la ciudadanía participe propositivamente de su derecho a vivir el Patrimonio, en alianza estratégica con las cinco oficinas regionales.

La Dirección de Inventario del INPC es el área encargada de conocer cualitativa y cuantitativamente los bienes culturales patrimoniales a través de su registro, inventario y catalogación. Este proceso secuencial permite reconocer a los bienes culturales que ameritan una declaratoria de patrimonio cultural, por ser excepcionales y que merecen ser conservados, protegidos y difundidos para el disfrute de las actuales y futuras generaciones.

Frente a la demanda de contar con herramientas homologadas, el Instituto define conceptualmente los presentes instructivos y fichas especializadas para el registro e inventario de bienes muebles, bienes inmuebles y patrimonio cultural inmaterial. Este material tiene por objeto dar directrices normatizadas para el levantamiento de las fichas a nivel nacional. La aplicación de esta herramienta requiere de un compromiso conjunto entre los Gobiernos Autónomos Descentralizados, Asociación de Municipalidades Ecuatorianas AME y el INPC.

La información recopilada en las fichas será procesada en el Sistema de Información para la Gestión del Patrimonio Cultural ABACO y servirá como base para la construcción de políticas públicas para la conservación, preservación y salvaguardia de los bienes patrimoniales, así como para el fortalecimiento de los planes de la gestión y manejo del patrimonio cultural de cada Gobierno Autónomo Descentralizado del país y el desarrollo de proyectos culturales vinculados a la investigación, conservación, restauración, rehabilitación, prevención de riesgo y difusión patrimonial. (Instructivo para fichas de registro e inventario, Patrimonio Cultural Inmaterial. 2011)

D. MATRIZ FODA

El FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), es uno de los instrumentos analíticos cuando se trata de evaluar colectivamente procesos internos de una organización o comunidad. También es utilizado con fines de diagnóstico como un instrumento de autoevaluación dentro de un proceso. (TIERRA, P. 2009.)

El análisis FODA provee de los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implantación de acciones y medidas correctivas, dentro de este análisis se consideran los factores económicos, políticos, sociales y culturales que representan las influencias del ámbito externo en relación al quehacer interno.(TIERRA, P. 2009.)

1. Fortalezas

Características intrínsecas de los insumos, procesos y productos que apoyan la institución para aprovechar las oportunidades o que le protegen de amenazas provenientes del entorno.

Tener una fortaleza, es sentirse fuerte, haber conseguido una buena posición, haber alcanzado un grado de solidez, poseer energía, firmeza y constancia en determinado campo, área o aspecto del quehacer institucional.(TIERRA, P. 2009.)

2. Debilidades

Las debilidades son manifestaciones que denotan un problema, desventaja, dificultad, entropía o insatisfacción de necesidades. Son aquellas desventajas o factores que provocan vulnerabilidad en la institución y a las cuales otras similares presentan ventajas.(TIERRA, P. 2009.)

3. Oportunidades

Elemento o circunstancia del ambiente externo que de no estar bajo control directo de la institución, puede constituirse en una contribución para alguna de sus actividades importantes.(TIERRA, P. 2009.)

4. Amenazas

Elemento del medio externo relevante que no puede convertirse en una desventaja – riesgo – peligro para el desempeño de alguna de las actividades más importantes de una institución o programa. (TIERRA, P. 2009.)

E. ANALISIS DE OFERTA Y DEMANDA

1. Generalidades

a. La investigación de mercado

La investigación de mercados puede definirse como la recopilación científica de información afín al área de marketing con el objetivo de facilitar la toma de decisiones de dirección. Como tal, puede ser utilizada tanto por empresas privadas como por organizaciones sin ánimo de lucro. La naturaleza científica de la investigación de mercados la separa de otras bases para la toma de decisiones.

En contraste con la institución, la toma de decisiones científicas puede enseñarse a otras personas, resulta más económica que la toma de decisiones por tanteo ya que limita el margen de error. La toma de decisiones, a diferencia del método consiste en copiar los esfuerzos de otra organización, puede ayudar a demostrar que similitudes en los esfuerzos es probable que resultaren beneficiosas y cuales resulten perjudiciales. (GARCES, Fausto. 1995).

b. Segmentación de mercado

Una empresa debe prioritariamente, identificar el mercado sobre el que desea competir, y en dicho mercado definir una estrategia de presencia. Esta elección del mercado implica la partición del mercado total en subconjuntos homogéneos en términos de necesidades y motivaciones de compra, susceptibles de constituir mercados potenciales distintos. Una empresa puede escoger dirigirse a la totalidad del mercado, o concentrarse en uno o varios segmentos que forman parte del mercado de referencia.(GARCES, Fausto. 1995).

La segmentación de mercado, es la división del mismo en grupos más pequeños que comparten ciertas características. En mercados muy grandes resulta difícil otorgar la misma atención a todo mercado, y por otra parte muchas veces el mercado no comparte los mismos intereses o necesidades o resulta igualmente rentable. Existen muchas formas de realizar una segmentación, pero se suelen seguir cuatro patrones:

La segmentación geográfica, donde los criterios de localización de los distintos consumidores definen el segmento.

- La segmentación demográfica, donde las características de la edad, sexo, raza, ingresos, miembros de la unidad familiar, son los determinantes para definir el segmento.
- La segmentación psicológica, donde los rasgos de personalidad o el estilo de vida definen el segmento.
- La segmentación comportamental, que se basa en el comportamiento de los consumidores.

Existen otros tipos de segmentación de mercado como la segmentación sociográfica, la segmentación de mercado por actitud, la segmentación por beneficios, la segmentación por el comportamiento de los consumidores de acuerdo a la edad, la segmentación por las características del usuario y la segmentación por el volumen. (GARCES, Fausto. 1995).

2. Demanda turística

a. Generalidades

Definimos como demanda turística al conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) requieren a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones.

La demanda turística opera en el contexto de un mercado en el que intervienen diversos operadores de turismo ofreciendo determinados productos y servicios, y que supone además la existencia de un conjunto de espacios geográficos y lugares donde se realizan estos servicios, todo lo cual sucede en el marco de un libre juego de oferta y demanda.(GARCES, Fausto. 1995).

b. Comportamiento de consumidor

Muchos productos se pueden vender a la gente según se comportan. El comportamiento del consumidor es el acto o actos de individuos en la obtención y uso de los bienes económicos y servicios, incluyendo el proceso de decisión que procede y determina estos actos. La segmentación basada en el comportamiento está influida por las características de motivación, actitudes, aprendizaje, personalidad, percepción y estilo de vida puede generalmente definirse por las actitudes, intereses y opiniones del cliente potencial.(GARCES, Fausto. 1995).

c. Clasificación de la demanda

1) Demanda potencial

La demanda potencial viene dada por el número teórico de personas susceptibles de adquirir el producto considerado. El mercado potencial real está determinado por el poder de compra y el deseo de comprar.

Es importante saber qué es lo que se quiere medir en relación con el mercado. En este sentido, los conceptos esenciales son la demanda del mercado y la demanda de la empresa.

2) Demanda Real

Es la demanda real con capacidad de pago, que compra un viaje y genera una reservación de servicios en la oferta.

3) Demanda Efectiva

Es aquella población que consume el producto turístico con los siguientes resultados: Una experiencia intangible para el turismo, Un ingreso directo para los prestadores de servicios. Un ingreso indirecto para los otros agentes de la producción que han participado en la elaboración de un producto turístico. (GARCES, Fausto. 1995).

d. Factores que determinan la demanda turística

La demanda en el mercado turístico funciona sometida al influjo de un conjunto de factores, a saber:

Factores económicos: que son principalmente, la liquidez del mercado emisor (el poder adquisitivo y la disponibilidad de dinero por parte de los clientes-usuarios), los niveles de precios que compiten entre sí alrededor de distintos puntos geográficos próximos, la estacionalidad en los países o lugares receptores de turistas;

Factores relativos a las unidades demandantes: los cambios de estación y su relación con los sistemas de vacaciones en los países-mercado demandantes, los intereses cambiantes de los públicos y las personas; la percepción que los públicos tienen respecto del valor atractivo de determinadas zonas o puntos geográficos;

Factores aleatorios, tales como los conflictos, inestabilidades sociales y guerras,

los accidentes y catástrofes naturales y el impacto que estos eventos tienen en los medios de comunicación y en la percepción de seguridad de los potenciales públicos demandantes;

Factores relativos a los sistemas de comercialización: calidad y extensión de los esfuerzos y productos de comercialización; amplitud y focalización de las estrategias de marketing; diversidad de los actores que realizan marketing turístico alrededor de determinados productos y lugares geográficos;

3. Oferta turística de un producto turístico

El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes dentro de sus actividades proveen de bienes y servicios similares al del proyecto. Incluye lo siguiente. (ARBOLEDA, G. 1998)

a. Caracterización del mercado

Consiste en recopilar, procesar y analizar la información que permita aclarar el régimen de mercado y lo caracterice en su estructura como de competencia perfecta o monopólica o en una posición entre ambas. (ARBOLEDA, G. 1998).

b. Pronóstico de la oferta

Consiste en tratar de identificar, con la ayuda de distintas hipótesis, la probable evolución futura de la oferta. (ARBOLEDA, G. 1998).

c. Objetivo del análisis de la oferta

Determinar o medir las cantidades y condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. (ARBOLEDA, G. 1998).

4. Muestra y población

Entendemos por población o universo cualquier grupo entero completo de unidades estadísticas como por ejemplo todos los habitantes de un país, el

número total de clientes de las empresas, etc. Se lo identifica por el carácter "N". Esta población puede ser finita cuando N es menor a 100.000 e infinita cuando N es mayor a 100.000

La muestra en cambio, es una parte de población como por ejemplo los habitantes de una ciudad de un país, un determinado grupo de clientes de la localidad, etc. A la muestra se le denomina por "n" y el objetivo fundamental del muestreo estadístico es obtener muestras representativas de la población. Es decir, muestras que tengan las mismas características que el universo y que estas estén en la misma proporción.

La característica principal de la muestra es su representatividad. Una muestra es representativa cuando está constituida por un número suficientemente grande de elementos tomados al azar del universo.

La investigación de mercado utiliza mucho la encuesta muestraria o encuesta estadísticamente representativa, puesto que se pueden obtener una serie de resultados de una pequeña muestra y aplicarlos a la generalidad o universo, con lo que esto representa en ahorro de tiempo y dinero.

Por lo tanto, la muestra es una reproducción en pequeño del universo, pero los resultados que se obtengan al estudiarlas serán más o menos exactos en función del grado de error muestra! que se haya aceptado previamente.

Para calcular la muestra en universos finitos y con un coeficiente de fiabilidad del 99.7 %se utiliza la siguiente fórmula propuesta por Canavos:

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

Dónde:

N: Universo de estudio

n; Tamaño de la muestra

e: Margen de error o precisión admisible (10%)

k; Nivel de Confianza

p: Probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: Probabilidad de no ocurrencia (0.5)

F. PROGRAMAS TURÍSTICOS

1. Generalidades

El Programa de Turismo tiene entre sus funciones promover la realización de proyectos y actividades destinadas a fortalecer las capacidades de los recursos turísticos, para emprender una gestión proactiva en materias de protección ambiental y cultural y de promoción del turismo en todos sus ámbitos. (ANDEREGG, E. Y AGUILAR, M. 1996)

2. Actividades de los programas de turismo

Las actividades del programa de turismo son las siguientes; Coordinar con otros organismos nacionales, provinciales y municipales, planes, acciones y programas vinculados con el desarrollo turístico, Gestionar y administrar los recursos que permitan poner en marcha proyectos que contribuyan a los objetivos de Programa, Diseñar, coordinar y realizar actividades de educación, sensibilización e información ambiental y cultural sobre modalidades de turismo responsable, para los turistas, los pobladores locales y los agentes de viaje y prestatarios de servicios en destinos turísticos, Generar foros de intercambio y difusión sobre experiencias de turismo sustentable y sostenible y buenas prácticas relacionadas con el turismo en lo ambiental y cultural para multiplicar la concientización y generación de conocimiento al respecto, Fomentar el desarrollo de modelos de gestión para el aprovechamiento turístico inteligente de los recursos ambientales y culturales en áreas turísticas procurando su articulación con experiencias internacionales de comercio justo y turismo solidario, Incentivar y facilitar la adopción de códigos de ética turística entre los agentes intervinientes en la

comercialización turística, los usuarios y los destinatarios, tendiendo, en un mediano plazo, a instalar la necesidad de obtener una certificación de los servicios del sector para fomentar la sostenibilidad de las operaciones turísticas, Brindar asistencia técnica a los organismos que así lo requieran sobre los temas de incumbencia del Programa, Establecer contacto con los organismos multilaterales dedicados al tema para conocer el estado del arte en la materia y aquellas experiencias relevantes que permitan enriquecer el marco conceptual y sistematizar comunicaciones para transferirlas a los centros de investigación y otras instituciones relacionadas con la problemática. (ANDER-EGG, E. Y AGUILAR, M. 1996)

G. PROYECTOS TURÍSTICOS

1. Generalidades

Un proyecto es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas; la razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definidos. La gestión de proyectos es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades de un proyecto para satisfacer los requisitos del proyecto.(ANDER-EGG, E. Y AGUILAR, M. 1996)

Un proyecto es un conjunto de acciones que se planifican a fin de conseguir una meta previamente establecida, para lo que se cuenta con una determinada cantidad de recursos. Todo proyecto, ya sea que tenga fines personales, profesionales o investigativos, posee una estructura dividida en fases que permiten dar finalmente la meta u objetivo establecido. (ANDER-EGG, E. Y AGUILAR, M. 1996)

2. Fases de un proyecto

La primera es la fase de Planificación. Esta etapa se caracteriza por ser un período en el que establecen los objetivos a seguir y el modo en cómo se llevarán

a cabo las acciones para lograr cumplirlos. En caso de que en el proyecto participen varias personas, es en esta etapa en donde deberán establecerse los roles de cada uno, así como también todo lo relacionado con los recursos con los que se dispone y la manera en que éstos serán utilizados. Los recursos se comportan como parte esencial en un proyecto y no sólo se incluyen en ellos los recursos materiales, sino que también es necesario considerar los recursos humanos con los que se cuenta, los costes y el tiempo, entre otras, de este modo, la organización adecuada de todos los recursos favorece en gran medida al éxito o fracaso de un determinado proyecto.

La segunda fase, la de Ejecución, es aquella en que se realizan las acciones y tareas planeadas, y que representan la ejecución misma del proyecto. Se refiere a la ejecución de todo aquello que se organizó durante la fase previa de planificación.

La fase de Entrega o Puesta en marcha, la que deberá cumplirse en el tiempo que se estipuló en la fase de planificación. De este modo, en ciertos casos se concretará con la entrega de la obra a un determinado cliente o la puesta en marcha de algún sistema que se ha desarrollado, respondiendo a las condiciones previamente acordadas. (ANDER-EGG, E. Y AGUILAR, M. 1996)

3. Proyecto turístico cultural

Un Proyecto cultural es una herramienta de trabajo, utilizada en el ámbito profesional de la Gestión cultural. Tiene la capacidad de estructurar y organizar el trabajo. Siendo su fin principal generar un cambio, en unas necesidades culturales detectadas. El Gestor cultural lo utiliza como instrumento profesional, para la concreción de una política cultural. (ROSELLO. D. 2004)

4. Elaboración de un proyecto turístico cultural

Su diseño y elaboración, están basados en los proyectos que se utilizan habitualmente en otras disciplinas como son pedagogía, sociología o marketing, pero aplicándose a las necesidades concretas de la gestión cultural. No posee un diseño concreto y cerrado, sino que existen múltiples versiones que se adaptan y modifican, según la necesidad del trabajo a realizar. Sin embargo, hay unos elementos esenciales que deben coincidir en cada una de las diferentes versiones:

- La Finalidad.
- Los Objetivos.
- Las Estrategias.
- Las Acciones.
- La Evaluación de los objetivos.
- Los Recursos Humanos y Económicos.

Para comenzar su elaboración, es necesario un estudio previo del *diagnóstico* o análisis del contexto, donde se quiere actuar. Esta será la forma de detectar las necesidades y carencias. Según las cuales, diseñaremos la meta o finalidad que pretendemos conseguir. De la finalidad surgirán unos objetivos concretos. De ellos partirán las estrategias para la consecución de los mismos. Una vez elaboradas, derivarán en el desarrollo de unas acciones. La evaluación de los objetivos, se refiere a que se vean cumplidos o no, con el desarrollo de estas acciones. Los Recursos Humanos y Económicos, hay que incluirlos en el núcleo del proyecto y tenerlos muy claro desde el principio, ya que es con lo que realmente se cuenta para trabajar. Es importante saber relacionarlos bien con los puntos precesores. Esto ayudará a evitar riesgos innecesarios. Por lo tanto es muy importante que cada parte de un proyecto, sea coherente con las demás. (ROSELLO. D. 2004)

5. Características de un proyecto turístico cultural

Un proyecto cultural, no es un fin en si mismo. Sino el medio utilizado para lograr unos objetivos. No tendría sentido su realización y luego no seguir los apartados predefinidos. Su intención es ser útil a la hora de trabajar. Hay que utilizarlo como una herramienta colectiva y compartida, ya que normalmente será creado por un equipo de trabajo y será mostrado a un interlocutor externo, que deberá aprobarlo. Una de sus características es; que un mismo proyecto puede y debe tener diferentes versiones, según vaya a ser su interlocutor. Por ejemplo para los componentes del equipo que lo redactan, tendrá el máximo de información.

Sin embargo para el cliente o institución al que va dirigido, debe tener una versión reducida más esquemática, aunque completa, además de sugerente, que lo haga atractivo para que sea leído y destaque entre los demás. Ayuda a reducir riesgos, teniendo los máximos puntos del desarrollo de un trabajo perfectamente hilados, ordenados y asegura que no se olvide ninguna parte importante para el logro de los objetivos.

El Proyecto cultural, ayuda al gestor también, a tener una previsión en el tiempo, a trabajar con vistas a fechas futuras y que se vayan cumpliendo los plazos previstos. La intención más actual, en el ámbito profesional de la gestión cultural, es conseguir una metodología de trabajo unificadora y común, por medio del diseño y elaboración de proyectos culturales. (ROSELLO. D. 2004)

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

El presente trabajo investigativo se realizó en la provincia de Chimborazo.

Sus límites son:

- Al norte con la provincia de Tungurahua,
- Al oeste con la provincia de Bolívar,
- Al sur con las provincias de Cañar y Guayas,
- Al este con la provincia de Morona Santiago.

2. Ubicación Geográfica

- a. **Longitud:** 68°30' w.
- b. **Latitud:** 1°38'30'' s.
- c. **Altitud:** **Máxima** 6310 msnm

Media 2700 msnm

Mínima 320 msnm

3. Características climáticas

- a. **Temperatura:** 6° C – 20°C
- b. **Precipitación:** 200 - 600 mm
- c. **Humedad Relativa:** 78% promedio

B. MATERIALES Y EQUIPOS

1. Materiales

Libreta de apuntes, esferos, lápiz, perfiles, cd.s, cinta (50 metros), empastados, flexómetro, fichas de campo, hojas de papel bond tamaño INEN (F.A4), fichas de registro de atractivos turísticos o patrimonio cultural,

2. Equipos

Computadora, scanner, impresora, cámara fotográfica digital, flash memory., GPS

C. METODOLOGÍA

1. Inventario del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo

Se utilizó el “Instructivo para la Normalización de Fondo del Patrimonio Inmaterial” del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) y la metodología de “Inventario de Atractivos Turísticos” (MINTUR 2004) del Ministerio de Turismo, basándose en los siguientes pasos:

a. Identificación del patrimonio cultural inmaterial.

Se utilizó fuentes de información secundarias como: libros, folletos, revistas, Internet, documentos del Centro de Documentación de la Facultad de Recursos Naturales de la ESPOCH, y demás publicaciones sobre los sitios de interés.

Se realizaron salidas de campo para recopilar la información que se recogió en el tramo de estudio de la investigación, los mismos datos que luego fueron tabulados en el GIS.

Al mismo tiempo se acudió a fuentes de información primarias en donde los pobladores fueron generadores de información relacionada con los componentes socioeconómicos, ambientales, culturales, y turísticos de la zona

b. Categorización del patrimonio cultural inmaterial.

Para el cumplimiento de este punto se basó en la metodología de categorización del “Instructivo para la Normalización del Patrimonio Cultural del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural” “INPC”; (Anexo 1 cajas de listas del Patrimonio Inmaterial).

Para la categorización se realizó en los siguientes ámbitos:

- Tradiciones y expresiones orales
- Artes de espectáculo
- Usos sociales, rituales y actos festivos
- Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo
- Técnicas artesanales tradicionales

c. Valoración y sistematización del patrimonio cultural inmaterial

De igual manera para este punto se utilizó la metodología del “Instructivo Para la Normalización del Patrimonio Cultural” INPC. Se valoró de acuerdo a los siguientes criterios:

- Origen
- Proceso secuencial o cronológico de la manifestación
- Identificación y descripción de personajes
- Contextualización de la manifestación
- Identificación y descripción de elementos (indumentaria, herramientas, accesorios, materiales, ingredientes, etc): su procedencia, uso, forma de adquisición
- Detalle del modelo organizativo

- Forma de transmisión del conocimiento
- En el caso de plegarias y poesía popular, transcribir los versos y realizar las aclaraciones necesarias para su comprensión.
- En el caso de técnicas artesanales tradicionales, detallar el o los procedimiento (s) técnico (s) completo (s)

De igual manera para la valoración se basó en la ficha del “Instructivo para la Normalización de Fondo de Patrimonio Inmaterial” del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC).

2. Realización del estudio de oferta y demanda

a. Análisis de la Oferta

1) Atractivos turísticos

Se identificó el inventario de los atractivos turísticos de la provincia de Chimborazo en estudios de inventarios que existen en la ESPOCH, MINTUR, Consejo Provincial de Chimborazo, para validarla con la metodología “Inventario de Atractivos Turísticos MINTUR 2004”.

2) Planta turística

Se recopiló información del catastro turístico de la provincia de Chimborazo, en la Regional Sierra Centro del Ministerio de Turismo, en cuanto a sitios de hospedaje, alimentos y bebidas, operación turística, esparcimiento, etc.

3) Productos turísticos

En este aspecto se identificaron los productos turísticos relacionados con el sector objeto de estudio, en articulación con la línea de productos del PLANDETUR 2020, los mismos que son los siguientes:

- Turismo cultural

- Turismo comunitario
- Ecoturismo y turismo de naturaleza
- Turismo de deportes y aventura
- Turismo de salud
- Agroturismo

b. Análisis de la demanda

1) Determinación del universo

Para el universo de estudio se consideró a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo por las rutas implementadas por la Empresa de Ferrocarriles.

2) Cálculo de la muestra

Para determinar la muestra se utilizó la fórmula estadística de Canavos, con los datos mencionados anteriormente.

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

Dónde:

N = universo de estudio

P= 0.5 probabilidad de éxito de un evento

Q= 0.5 Probabilidad de fracaso de un evento

e= 10% margen de error

k= 2% Margen de confiabilidad

n= Muestra

3) Caracterización de la demanda

La técnica que se utilizó para la caracterización de la demanda fue la encuesta; utilizando como instrumento el cuestionario.

Para el diseño del cuestionario, se tomó en cuenta las variables socio-demográficas, con sus respectivos indicadores como: edad, sexo, procedencia, ocupación, permanencia. Y las variables psicográficas con sus indicadores como: frecuencia de viaje, tamaño del grupo con que viaja, estacionalidad, principales servicios demandados, actividades requeridas, formas de pago, etc. Las preguntas de las encuestas se realizarán en español e inglés. (Anexo 3. Modelo de Encuesta)

4) Definición del perfil del turista

Una vez aplicadas las encuestas se determinó cuáles son los gustos y preferencias de ambos segmentos de mercado a los cuales nos enfocamos en el presente estudio.

3. Elaboración de la propuesta técnica para el programa de aprovechamiento y uso turístico del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo.

a. Análisis situacional

1) Análisis FODA

Se utilizó el análisis FODA, en donde se analizaron los elementos del sistema turístico y las categorías del patrimonio cultural inmaterial

Sistema Turístico	Categorías del PCI
Atractivos naturales y culturales	Tradiciones y expresiones orales
Servicios básicos	Artes de espectáculo
Servicios turísticos/ planta turística	Usos sociales, rituales y actos festivos
Infraestructura	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo
Comercialización	Técnicas artesanales tradicionales
Superestructura	

2) Identificación y priorización de nudos críticos

La identificación de los nudos críticos se realizó con los resultados obtenidos en la aplicación de la matriz FODA, los que fueron establecidos por las debilidades y amenazas encontradas. Mediante la tabla de valoración se priorizó los nudos críticos definiendo un valor de tres cuando la consideración fue alta y un valor mínimo cuando la valoración es baja.

3) Identificación de los factores claves de éxito

La identificación de los factores clave de éxito se realizó con los resultados obtenidos en la aplicación de la matriz FODA, los que fueron establecidos por las fortalezas y oportunidades encontradas. Mediante la tabla de valoración se priorizó los factores claves de éxito definiendo un valor de tres cuando la consideración fue alta y un valor mínimo cuando la valoración es baja.

4) Análisis de alternativas e involucrados

Se elaboró el análisis de alternativas de donde se pudo tomar lineamientos para la elaboración del programa de uso y aprovechamiento turístico del patrimonio

cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo. Se realizó el análisis de involucrados donde se determinó las entidades e instituciones que podrían tener incidencia directa o indirecta en el programa de aprovechamiento y uso turístico del patrimonio cultural inmaterial.

5) Diseño de la propuesta técnica

El diseño de la propuesta técnica para la implementación del programa de aprovechamiento y uso turístico del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo se lo realizó en los siguientes parámetros:

- Se definió estructuras de los perfiles de proyectos mediante la modalidad del “Marco Lógico”. Considerando las políticas del fomento del Patrimonio Cultural normado por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural “INPC” en referencia al uso y conservación del patrimonio cultural inmaterial y a las políticas del PLANDETUR 2020 (ejes temáticos) de esta manera se propuso proyectos y perfiles de proyectos, además se consideraron propuestas en base al Manual de Operación Turística de la FENECAPTUR, modelo propuesto por el Ministerio de Turismo, proponiendo recomendaciones para las actividades turísticas.

POLÍTICAS DEL “INPC”	LINEAMIENTOS DEL PLANDETUR 2020
Investigación	Gobernanza
Preservación	Desarrollo de destinos
Catalogación	Marketing
Inventario	Capacidad
Difusión	Microempresas
Promoción del Patrimonio Cultural	Medidas

- Se realizó una planificación operativa anual para cada perfil de proyecto es decir el POA, para el programa de uso y aprovechamiento del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo.

V. RESULTADOS

A. INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

1. Tradiciones y expresiones orales

a. Leyenda del luterano

  <p>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: RIOBAMBA	
Código: IM- 06- 01-02- 000- 13- 000001	
Localidad: BARRIO SAN ALFONSO	
CoordenadasX: 761811	CoordenadasY: 98149441
Altitud: 2754	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Tradiciones y Expresiones Orales	Subámbito :Leyendas
Detalle del Sub ámbito: Leyendas asociadas a apariciones de seres mitológicos	
Denominación del bien: Leyenda del Luterano.	
DESCRIPCIÓN	

<p>Reseña del bien:</p> <p>La leyenda se ubica en un tiempo histórico alrededor de 1571 – 1575 el personaje principal del relato es un médico de origen austriaco, de nombre Sibelius Luter de apariencia extraña de gran estatura de cabello y barba rojiza, ojos azules y tez blanca, el cual por problemas sentimentales fue a vivir a Huigra desde donde llegó a las cercanías de Colta donde se vinculó con los indígenas de la zona a quienes atendía en sus necesidades médicas, por eso ellos le bautizaron con el Padre Blanco. Un día el famoso padre blanco se paseaba por un parque de la villa de Riobamba y discutió con un habitante de la villa. Se pensó que las cosas iban a quedar ahí pero no fue así ya que en un misa de domingo cuando la iglesia estaba a reventar, Sibelius Luter arrancó la ostia al celebrante y la arrojó al suelo, la muchedumbre se abalanzo contra el agresor y algunos soldados le propiciaron una serie de heridas con sus espadas, es ahí cuando se produjo el milagro ya que el cuerpo de Luter no sangró sino hasta cuando el cadáver fue sacado de la iglesia, poco después ocurrió el segundo milagro ya que llovió sangre en la villa de Riobamba como castigo por el acto en contra del santísimo sacramento. Las cosas no quedaron ahí y el monarca Felipe IV ordenó que en el escudo de armas de la antigua villa de Riobamba fuese un cáliz con una ostia encima dos llaves y dos espadas, las cuales dejan en medio al cáliz y se juntan clavándose abajo en una cabeza de hombre, recordando así el gran recelo religioso de sus pobladores.</p>
<p>Fecha o periodo: Atemporal</p>
<p>Soportes: “Museo de la Ciudad”, Riobamba</p>
<p>Importancia para la comunidad: La leyenda atribuye a la población hechos y repercusiones de muy variada índole que dicha historia tuvo lugar en la misma vida de la población. De igual manera la leyenda inspiró para la creación de un símbolo patrio muy importante para la ciudad de Riobamba como es su escudo de armas.</p>
<p>Sensibilidad al cambio: Baja</p>
<p>Informantes: Chiriboga, Fausto. 62. Masculino. Riobamba</p>
<p>ANEXOS</p>
<p>Referencias bibliográficas:</p>
<p>Video</p>
<p>Audio</p>
<p>Registro fotográfico:</p>



DATOS DE REGISTRO

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fecha de registro: 2013/01/10

Registrado por: Lliquín Ausay José Armando

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

b. Leyenda del Señor del Buen Suceso



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO
INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES

DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: CHIMBORAZO

Cantón: RIOBAMBA

Código: IM- 06-01-03-000-13-000002


Localidad: Iglesia La Concepción

CoordenadasX: 761629	CoordenadasY: 98151603
Altitud: 2754	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Tradiciones y Expresiones Orales	Subámbito : Leyendas
Detalle del Sub ámbito: Leyendas asociadas con imágenes religiosas	
Denominación del bien: Leyenda del Señor del Buen Suceso	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>Según datos históricos, la imagen del Señor del Buen Suceso data del año de 1650, cuando la abadesa del monasterio de La Concepción pidiera se construya la imagen de San José, pero al no ceder la madera, solicita se trabaje un Ecce Homo, la madera se volvió suave y sin ninguna dificultad el artesano la talló.</p> <p>Una vez terminado el trabajo, varios sacerdotes querían que el Ecce Homo se traslade a una iglesia cercana, pero el intento era inútil. Varios hombres trataron de mover la imagen sin conseguirlo, hasta cuando el artesano que la edificó dijo directamente: "Señor a Riobamba, a la Concepción de Riobamba" y milagrosamente la imagen adelantó el pie derecho. El artesano con asombro, sin ayuda de nadie, levantó la figura para ser conducida a Riobamba. He aquí el Buen Suceso.</p>	
Fecha o periodo: Atemporal	
Soportes: "Museo de las Madres Conceptas", Riobamba/La Concepción	
Importancia para la comunidad: El relato como parte fundamental de la historia de la comunidad manifiesta el hecho a una creencia religiosa, asociado con la fe que hoy en día le manifiestan al santo patrono de la localidad	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Chiriboga, Fausto. 62. Masculino. Riobamba	
ANEXOS	
Referencias bibliográficas: Catálogo de su colección permanente de arte religioso, Museo del Convento de la Concepción. 1997	
Video	

Audio
Registro fotográfico:

DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
Fecha de registro: 2013/01/10
Registrado por: Lliquín Ausay. José Armando
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

c. Leyenda de San Luis Rey de Francia

 <p>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>
DATOS DE UBICACIÓN
Provincia: CHIMBORAZO
Cantón: ALAUSI
Código: IM-06-02-53-000-13-000003
Localidad: Guasuntos – Barrio Central

CoordenadasX: 739776	CoordenadasY: 97572994
Altitud: 2720	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Tradiciones y Expresiones Orales	Subámbito : Leyendas
Detalle del Sub ámbito: Leyendas asociadas con imágenes religiosas	
Denominación del bien: Leyenda de San Luis Rey de Francia.	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien: Se relata que cuando Guasuntos eran camino para llegar a Quito, en cierta ocasión debido a la fe de la población se encargó de Francia al santo San Luis, entonces la gente pernoctó con la imagen en la Moya, pero al día siguiente no hallaron el cajón en donde estaba la imagen, todos se preocuparon debido a que no permitía cumplir con el encargo de los padres jesuitas en Quito, al buscarlo lo encontraron donde está actualmente en Guasuntos, cuando quisieron mover el cajón no se podía porque este pesaba mucho, por tal razón San Luis se quedó en Guasuntos y comenzó a levantarse la iglesia del pueblo en ese lugar.	
Fecha o periodo: Atemporal	
Soportes: "Junta Parroquial", Guasuntos	
Importancia para la comunidad: El relato como parte fundamental de la historia de la comunidad manifiesta el hecho a una creencia religiosa, asociado con la fe que hoy en día le manifiestan al santo patrono de la localidad	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Luna, Carlos, 47. Masculino. Alausi	
ANEXOS	
Referencias bibliográficas:	
Video	
Audio	
Registro fotográfico:	



DATOS DE REGISTRO

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fecha de registro: 2013/01/22

Registrado por: Lliquín Ausay. José Armando

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

d. Leyenda del Señor de la Misericordia



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO
INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES

DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: CHIMBORAZO

Cantón: GUAMOTE

Código: IM-06-06-52-000-13-000004

Localidad: Palmira – Barrio Central

CoordenadasX: 754897

CoordenadasY: 97864575

Altitud: 3050	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Tradiciones y Expresiones Orales	Subámbito : Leyendas
Detalle del Sub ámbito: Leyendas asociadas con imágenes religiosas	
Denominación del bien: Leyenda del Señor de la Misericordia.	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>Se relata que dos escultores cuencanos hicieron la imagen con propósito de llevarla a Quito, cansados una noche llegaron al pueblo con unos mulares con dos cajones grandes, en uno de ellos estaba la imagen. Al día siguiente cuando quisieron seguir su ruta, uno de los cajones pesaba tanto que la mula que lo transportaba se echaba en el suelo y no podía pararse, por mucho que insistieron los viajeros, nada pudieron hacer que decidieron dejar al Cristo en el lugar para siempre. Se afirma también que nuestro Señor de la Misericordia salía de la iglesia para bañarse en las aguas de una quebradilla que la gente hasta la fecha considera sagrada.</p>	
Fecha o periodo: Atemporal	
Soportes: "Junta Parroquial", Palmira	
Importancia para la comunidad: El relato como parte fundamental de la historia de la comunidad, manifiesta el hecho a una creencia religiosa, asociado con la fe que hoy en día le manifiestan al santo patrono de la localidad	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Garces, Cristina, 54. Femenino. Palmira	
ANEXOS	
Referencias bibliográficas:	
Video	
Audio	
Registro fotográfico:	



DATOS DE REGISTRO

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fecha de registro: 2013/01/22

Registrado por: Lliquín Ausay. José Armando

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

e. Leyenda de San Francisco de Asís



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO
INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES**

DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: CHIMBORAZO

Cantón: PENIPE

Código: IM-06-09-50-000-13-000005

Localidad: Barrio Central – Iglesia la Matriz

CoordenadasX: 773621

CoordenadasY: 98279966

Altitud: 2500	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Tradiciones y Expresiones Orales	Subámbito : Leyendas
Detalle del Sub ámbito: Leyendas asociadas con imágenes religiosas	
Denominación del bien: Leyenda de San Francisco de Asís.	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>Se relata que los conquistadores españoles trajeron un santo y en torno a él se cuenta que en un hogar tenían un hijo que era mudito, por lo cual le daban las tareas más pesadas como el pastoreo de las ovejas, dicen que cada vez que el salía a pastar pedía que le den dos fiambres, una vez la familia le siguió y le vieron conversando con un señor alto, barbado, blanco, y como era mudito les asombro que converse con aquel señor, entonces la comida era para San Francisco, una vez descubierto San Francisco le trajeron al templo del lugar pero como era un santo andariego el sacristán molesto de que siempre se salía se empezó a serruchar el pie. San Francisco dolido empezó a encoger un poco la pierna y por ello la imagen tiene una pierna más pequeña que la otra.</p>	
Fecha o periodo: Atemporal	
Soportes: "Iglesia La Matriz", Penipe	
Importancia para la comunidad: El relato como parte fundamental de la historia de la comunidad manifiesta el hecho a una creencia religiosa, asociado con la fe que hoy en día le manifiestan al santo patrono de la localidad	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Ruiz, Ángel, 54. Masculino. Penipe	
ANEXOS	
Referencias bibliográficas:	
Video	
Audio	
Registro fotográfico:	



DATOS DE REGISTRO

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fecha de registro: 2013/01/20

Registrado por: Lliquín Ausay. José Armando

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

f. Leyenda de la Laguna de Colta



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO
INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES

DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: CHIMBORAZO

Cantón: COLTA

Código: IM-06-03-54-000-13-000006

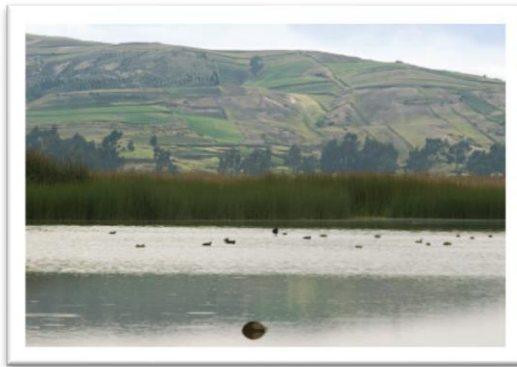
Localidad: Parroquia Santiago de Quito

CoordenadasX: 750319

CoordenadasY: 98082652

Altitud: 3300

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL – KICHWA
Ámbito: Tradiciones y Expresiones Orales	Subámbito : Leyendas
Detalle del Sub ámbito: Leyendas asociadas a la geografía	
Denominación del bien: Leyenda del origen de le Laguna de Colta.	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>El origen de la Laguna de Colta a tejido diversas leyendas las misma que en su parte esencial son semejantes en una de ellas se comenta: los que hacían la fiesta de vara y regidores habían alquilado una paila grande de cuatro orejas, al regresar a Santiago de Quito viniendo de Jipijapa se habían sentado a descansar, después al querer seguir el camino ya no pudieron levantar la paila, pero ya la paila estaba llena de agua y no pudieron levantarla, el agua se siguió desbordando hasta que se formó la laguna. Otro relato similar dice: que antes donde hoy es la laguna era una llanura de pastoreo y de descanso para viajeros, en uno de aquellos viajes que antes se realizaba a mula, uno de aquellos viajeros llevaba una paila grande de cuatro orejas, la quiso levantar pero hubo una llovizna, la paila se asentó y no la podía mover por el peso, seguía más la lluvia y se iba llenando y de tanto llenarse se encharco, total que la paila se esconde de tanta agua y tienen que dejarla ahí hasta que se hizo la laguna de Colta.</p>	
Fecha o periodo: Atemporal	
Soportes:	
Importancia para la comunidad: La leyenda como parte fundamental de la creencia de la localidad hace referencia al sincretismo mágico que posee la laguna, relato que se ha venido transmitiendo de generación en generación a tal punto que no se disputa dicho origen.	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Muyulema, Pedro. 45. Masculino. Santiago de Quito/Colta	
ANEXOS	
Referencias bibliográficas:	
Video	
Audio	

Registro fotográfico:**DATOS DE REGISTRO**



Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fecha de registro: 2013/01/15

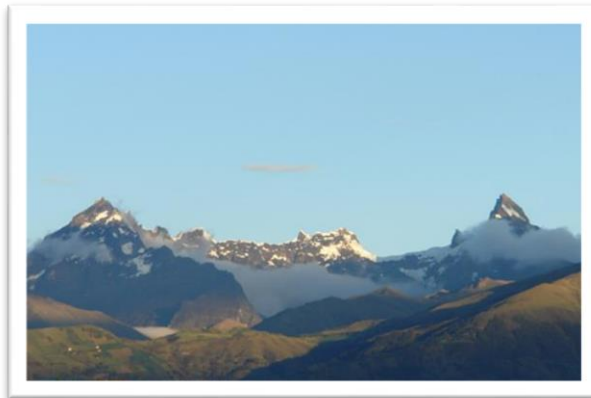
Registrado por: Lliquín Ausay. José Armando

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

g. Leyenda del origen del nevado El Altar

  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: PENIPE	
Código: IM- 06-09-51-000-13-000007	
Localidad: Parroquia El Altar	
CoordenadasX: 763621	CoordenadasY: 98279966

Altitud: 2473	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Tradiciones y Expresiones Orales	Subámbito : Leyendas
Detalle del Sub ámbito: Leyendas asociadas con la geografía	
Denominación del bien: Leyenda del Origen del nevado El Altar.	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>El origen del nevado El Altar se narra de la siguiente manera: antes el Chimborazo era como un blanco, tenía cabeza clara, ojos blancos, cara colorada, vestía poncho azul, había otro cerro que era El Altar ese era otro hombre como el Chimborazo, habían cerros mujeres; mama Tungurahua y mama Isabela (El Sangay), los cerros varones tenían cada uno su mujer pero se quitaban entre ellos. El Chimborazo tenía relaciones a escondidas del Altar con Isabela, el Altar a su vez tuvo relaciones con la Tungurahua para no quedarse atrás. El taita Chimborazo ha sido rico y el Altar pobre, el Chimborazo como era grande y rico se hizo dueño de la dos y peleó con el Altar, estando peleando los dos el Chimborazo cogió un palo y dio de garrotazos en la espalda del Altar y le ganó, por eso el altar es así roto porque el Chimborazo le rompió la espalda perdió la mujer y quedo enfermo.</p>	
Fecha o periodo: Atemporal	
Soportes:	
Importancia para la comunidad: Esta leyenda se vuelve una constante en el ámbito de la tradición oral en la comunidad local, la personificación de los elementos de la naturaleza los cuales en su calidad de tales, les relacionan con tareas que cumplen, expresan sus estados de ánimo.	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Ruiz, Ángel. 54. Masculino. Penipe	
ANEXOS	
Referencias bibliográficas:	
Video	
Audio	

Registro fotográfico:**DATOS DE REGISTRO**



Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fecha de registro: 2013/01/20

Registrado por: Lliquín Ausay. José Armando

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.



h. Leyenda de chusalongo

  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: CANTONES DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO	
Código: IM-06-01-02-000-13-000008	
Localidad: Provincia de Chimborazo	
CoordenadasX: 761811	CoordenadasY: 98149441

Altitud: 2754	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL – KICHWA
Ámbito: Tradiciones y Expresiones Orales	Subámbito : Leyendas
Detalle del Sub ámbito: Leyendas asociadas a la aparición de seres mitológicos	
Denominación del bien: Leyenda del Chusalongo.	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>El chusalongo es un espíritu del páramo, cuando se iba a pastorear se hacían chozas para pasar ahí con los borregos, entonces a las chiquillas se ha sabido asomar un joven que no era el enamorado sino uno parecido a él. Conversando con él se han despedido y luego al siguiente día ha ido a la choza y se acostado con ella, al siguiente día le encuentran muerta a la chica. Entonces dicen que el chusalongo anda con un bulto grande en el poncho y que ha sabido violar a las chicas y matarlas. En cambio la chusalonga es una linda chica de pelo rubio hecho guango el pelo, con anaco y bayeta ploma que conquistan a los hombres y les van llevando a las cuevas, que para los hombres no son cuevas sino palacios con comida riquezas y todo, al momento de estar con la chusalonga le da riquezas pero al momento que el hombre regresa con la mujer viven en la más absoluta pobreza.</p>	
Fecha o periodo: Atemporal	
Soportes:	
Importancia para la comunidad: La leyenda en este caso de personajes míticos hace referencia a la tradición oral que aún se conserva en estas localidades, en el relato se transportan en si al pasado, aquellas épocas en donde la comunidad tenían parte integral de la cotidianidad. En donde la memoria histórica sigue vive en los habitantes de la localidad	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Chiriboga, Fausto. 62. Masculino. Riobamba	
ANEXOS	
Referencias bibliográficas:	
Video	

Audio
Registro fotográfico:
DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
Fecha de registro: 2013/01/10
Registrado por: Lliquín Ausay. José Armando
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.



i. Leyenda aparición de la Virgen del Carmelo

  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: CHAMBO	
Código: IM- 06-04-50-000-13-000009	
Localidad: CATEQUILLA	
CoordenadasX: 98084883	CoordenadasY: 767420
Altitud: 2773	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Tradiciones y Expresiones Orales	Subámbito : Leyendas
Detalle del Sub ámbito: Leyendas asociadas a imágenes religiosas	

Denominación del bien: Aparición de la Virgen de la Fuente del Carmelo-Chambo, Chimborazo.
DESCRIPCIÓN
<p>Reseña del bien:</p> <p>Entre la población se cuenta que la señora Uvaldina Gavilanes de Cuadrado, se encontraba desahuciada por los médicos, debido a que en el vientre tenía un fibroma y cada día esta enfermedad la llevaba a la muerte.</p> <p>Laseñora Uvaldina Gavilanes tenía una hija llamada Carmelina (hoy religiosa Dorotea), cierto día, cuando la niña contaba con 9 años de edad, recibió a la puerta a un mujer muy hermosa y dulce que se encuentra interesada por la salud de su madre, argumentando que quiere verla, la niña va donde su madre explicándole que una mujer quiere verla, se le permite el ingreso a la casa, entre la bella y piadosa mujer y la enferma mujer surge una conversación que le da esperanzas de vida:</p> <p>No te vas a morir, anda aCatequilla ahí está la Virgen ella te va a curar, y después de este diálogo sale la señorahasta la puerta y desaparece.Llega el esposo de doña Uvaldina llamado Belisario Cuadrado y le cuenta la escena, laenferma recobra el ánimo se levanta de la cama y se van a Catequilla.</p> <p>Llegando delantede la piedra, la señora enferma grita agitadamente:</p> <p>¡Belisario!, Carmelina, aquí está la señora que me visitó, luego de esto doña Carmelina se desmayó y todas las personas que se encontraban en ese lugar pudieron ver la escena.</p> <p>Después de unos minutos recobró el conocimiento y regresaron a la casa sin decir una palabra.</p> <p>Al siguiente día dice la versión, que le vino un fuerte dolor en el vientre y le nace con el deseo de orinar un trozo de carne, y se desmaya por el dolor, cuidadosamente elesposo lo envuelve en unas telas limpias y llevan al médico llamado JuanitoChiriboga y tal fue la sorpresa del Dr. Que le dice:</p> <p>Este es el fibroma que te afectaba,Uvaldina está completamente curada.</p>
Fecha o periodo: Atemporal
Sportes: Núñez Cuadrado, Laura 43 años. Barrio de Catequilla/Chambo
Importancia para la comunidad: es de gran importancia para la comunidad, ya que representa la fe del pueblo cristiano católico en la Virgen del Carmelo, además como esta leyenda fortalece la esperanza del necesitado, es por ello que en honor a esta virgen se realizan misas y fiestas religiosas.
Sensibilidad al cambio: Baja

Informantes: Núñez Cuadrado, Laura 63. Femenino. Barrio Catequilla/Chambo.
ANEXOS
Referencias bibliográficas:
Video
Registro fotográfico:
DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
Fecha de registro: 2013/01/26
Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

j. Leyenda del Animero de Penipe

  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: PENIPE	
Código: IM-06-09-50-000-13-000010	
Localidad: BARRIO CENTRAL – IGLESIA MATRIZ	
CoordenadasX: 773621	CoordenadasY: 98279966
Altitud: 2473	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	

Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Tradiciones y Expresiones Orales	Subámbito : Leyendas
Detalle del Sub ámbito: Otros	
Denominación del bien: Animero de Penipe	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>Los animeros eran personas reconocidas por su devoción a las almas de los muertos, cerca de las ceremonias del día de difuntos acostumbra a realizar unas procesiones en solitario, a media noche, lo particular de este acto de profunda devoción era que salían con una túnica, llevando en una mano una calavera, de alguna persona fallecida y en la otra una campana y un rosario, se movilizan a lo largo del pueblo rezando, en voz alta e interpretando ciertos canticos, haciendo paradas en donde tocaban la campana e invitaban a la gente a rezar por las almas de los fieles difuntos.</p>	
Fecha o periodo: Anual	
Soportes:	
Importancia para la comunidad: La leyenda como parte fundamental de la creencia de la localidad hace referencia al sincretismo mágico religioso y de fe que posee los pobladores del sector, relato que se ha venido transmitiendo de generación en generación.	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Ruiz, Ángel. 54. Masculino. Penipe	
ANEXOS	
Referencias bibliográficas:	
Video	
Registro fotográfico:	



DATOS DE REGISTRO

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fecha de registro: 2013/01/21

Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

k. Leyenda el ultimo Hielero de Chimborazo



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO
INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES

DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: CHIMBORAZO

Cantón: RIOBAMBA

Código: IM-06-01-50-000-13-000011

Localidad: RIOBAMBA

CoordenadasX: 781811

CoordenadasY: 98149441

Altitud: 2754	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Tradiciones y Expresiones Orales	Subámbito : Leyendas
Detalle del Sub ámbito: Otros	
Denominación del bien: Leyenda del último hielero de Chimborazo	
DESCRIPCIÓN	
<p>Reseña del bien:</p> <p>Baltazar asciende -religiosamente- a los glaciares dos veces a la semana, los jueves y los viernes, sea invierno o verano, hasta la altura de 4800 m.s.n.m., a trabajar en su razu surcuna.</p> <p>Él tiene 68 años de edad y es el mayor de los cinco hijos del matrimonio de Juan Ushca y Lorenza Tenesaca. De los cinco hermanos, tres se convirtieron en mercaderes del hielo: Juan, Gregorio y Baltazar, siendo este último, en la actualidad, el único sobreviviente de esta centenaria tradición.</p> <p>Razu surcuna, que en quichua significa mina de hielo es el lugar adonde acude Baltazar, día a día, a trabajar. Sube hasta los 4800m.s.n.m. Esta altura es equivalente a la cima del conocido Monte Blanco, en Francia, que es considerada la montaña más alta de Europa. En nuestro país, esta altura es el inicio de los campos de glaciares y nieves eternas.</p> <p>Baltazar recuerda que cuando él tenía quince años empezó a subir a los glaciares del coloso; su madre era parte del equipo de trabajo, y subía “pata shucha”, que en quichua quiere decir descalza. Cada uno de ellos ascendía con cuatro a cinco asnos para bajar la gélida carga. Cuenta Baltazar que subían de tres a cuatro días por semana y, si los pedidos eran grandes, había días en que ascendían dos veces en la misma jornada.</p> <p>Se habla de que hace cincuenta años existían hasta cuarenta personas que se dedicaban a esta actividad y formaban inmensas caravanas de acémilas que descendían de las faldas de la montaña con dirección a los mercados de los Andes centrales del país. Existían hieleros en muchas de nuestras montañas: El Cayambe, en la provincia de Pichincha; el Cumbal, en la provincia del Carchi, en la misma frontera con Colombia, en donde -hasta ahora- se encuentran los famosos cumbalazos, que no son más que granizados de frutas, hechos con el hielo que bajan de la mencionada montaña.</p> <p>Juan y Gregorio se retiraron ya de su trabajo como hieleros, por falta de mercado para su gélido producto. Existen actualmente fábricas de hielo en la ciudad de</p>	

Riobamba que han mermado la clientela de los hermanos Ushca.

Hoy en día, Juan trabaja de albañil en la ciudad de Riobamba y Gregorio fabrica helados en su casa, los que comercializa en los juegos de fútbol y escuelas cercanas a su comunidad. Ellos manifiestan que el precio del hielo es tan bajo que no vale la pena seguir trabajando tan duro en la montaña.

El día empieza muy temprano para este Héroe verdadero; desde las 7:00 horas, luego de un breve desayuno, alista a quienes serán sus únicos compañeros de jornada, los burros, que se encargarán de cargar los enormes bloques de hielo, que Baltazar minará de las entrañas de los milenarios glaciares. La caminata a su sitio de trabajo es larga y difícil, de 13 a 14 Kms. de distancia.

A la mitad del camino, él hace una pausa para -de la manera más sorprendente- fabricar de 30 a 40 cuerdas con la paja del páramo. Éstas serán usadas para asegurar la envoltura, también de paja de paramo, que servirá de aislante para mantener al hielo sin descongelarse. A medio día Baltazar arriba a las minas de hielo, en donde permanecerá de tres a cuatro horas realizando -ordenadamente- cada etapa de este nada fácil trabajo.

La tarea empieza arrancando un gran bloque de hielo fósil que permanece cubierto por las morrenas de la montaña: esto es, tierra y rocas, el mismo que será dividido en seis a ocho bloques, con un peso promedio de 40 a 45 kilos. Estos bloques serán pacientemente envueltos en paja y cargados, muy bien asegurados, a las acémilas que se encargarán de llevarlos hasta la comunidad de Cuatro Esquinas, hogar de Baltazar.


El viaje de regreso toma de dos a tres horas y, al llegar, el hielo es enterrado en un hoyo grande en el patio de una casa para evitar su deshielo. Sábado es el día de feria en la Sultana de los Andes, y Baltazar alista su carga de hielo, desde las seis de la mañana, para transportarla en camioneta hacia los populares mercados de La Merced y San Alfonso, en donde sus clientes: las vendedoras de jugos de frutas, esperan la mercancía para enfriar los deliciosos refrescos hechos de las muchas frutas exóticas que poseemos en el Ecuador.

Después de cobrar su dinero, que es completamente escaso, si lo comparamos con el esfuerzo realizado, es hora de hacer las compras semanales de víveres para él y su familia y regresar a casa en bus público.



Fecha o periodo: Atemporal

Soportes:



Importancia para la comunidad: La leyenda generada entre en sincretismo religioso y el respeto por los ancestros guarda profundo respeto por parte del único portador vivo de la leyenda. Llamando la atención de propios y extraños por conocer el arduo trabajo que aun se mantiene como leyenda viva de la provincia.

Sensibilidad al cambio: alta
Informantes: Chiriboga, Fausto. 62. Masculino. Riobamba
ANEXOS
Referencias bibliográficas:
Video
Registro fotográfico:

DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
Fecha de registro: 2013/01/28
Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

I. Leyenda el sacrificio de los cuvivies

  <p>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>
DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: ALAUSI	
Código: IM-06-02-50-000-13-000012	
Localidad: Ozogoche	
CoordenadasX: 739776	CoordenadasY: 97572994
Altitud: 2347	
DATOS DE IDENTIFICACION	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL – KICHWA
Ámbito: Tradiciones y Expresiones Orales	Subámbito : Leyendas
Detalle del Sub ámbito: Leyendas asociadas a plantas y/o animales	
Denominación del bien: Leyenda el sacrificio de los cuvivies	
DESCRIPCIÓN	
<p>Reseña del bien:</p> <p>“A mediados de septiembre se daba el día del tributo sagrado. El cielo se tornaba gris y en los montes, el sonido del viento se opacaba con los aullidos del lobo; el supay (diablo) se quejaba como ashcu (perro). De pronto surcaban el espacio cientos de cuvivies (aves) con su inconfundible canto de dolor y, en un instante indeterminado, se precipitaban a las heladas aguas en un tributo ancestral, cósmico y misterioso.</p> <p>“A la mañana siguiente, los campesinos recogían en canastas y costales los cuerpos de las aves suicidas de las orillas de las lagunas del Cuyo, Atillo y Ozogoche”.</p> <p>Este fragmento del relato que los ancianos indígenas hicieron al guía de montaña Enrique Veloz, refiere lo que hace medio siglo sucedía en esas lagunas del sureste de Chimborazo. Hoy, si bien no aúllan los lobos ni se escucha al diablo, el ritual del suicidio de los cuvivies se mantiene. El próximo domingo habrá una concentración indígena, un festival folclórico con la participación de artistas nacionales y extranjeros y una exposición de artesanías, hechas por los comuneros de Ozogoche con materiales del páramo.</p> <p>Veloz señala que los abuelos de Ozogoche creían que las aves llegaban de los páramos a fines de agosto y todo el mes de septiembre. “Decían que las avecitas llegaban con el frío viento, la niebla y la lluvia, muchas veces acompañados de</p>	

<p>truenos y relámpagos”.</p> <p>Los moradores de la zona explican que en la actualidad, por la construcción de la carretera Guamote-Macas y la llegada de personas extrañas al mundo natural del páramo, la presencia de cuvivies no es tan masiva, sin embargo, ellos aseguran que desde el 15 de septiembre se ha visto a los pájaros en las lagunas interiores del Conjunto Lacustre de Atillo-Ozogoche.</p> <p>“Estos páramos de paisaje singular seguirán conservando su encanto, sus misterios, sus tradiciones y leyendas. Los cuvivies seguirán llegando cada año para cumplir con su tributo suicida, porque ellos mueren en septiembre”,</p>
<p>Fecha o periodo: Anual</p>
<p>Soportes:</p>
<p>Importancia para la comunidad: La leyenda guarda un simbolismo de gran valor por parte de los pobladores de la región, llamando la atención de propios y extraños, permitiendo que se haga conocer el sector por esta leyenda y incentivando la turismo.</p>
<p>Sensibilidad al cambio: baja</p>
<p>Informantes: Guamán, Jose. 47. Masculino. Comuna La Dolorosa/Ozogoche</p>
<p>ANEXOS</p>
<p>Referencias bibliográficas:</p>
<p>Video</p>
<p>Registro fotográfico:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>
<p>DATOS DE REGISTRO</p>
<p>Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.</p>

Fecha de registro: 2013/02/03
Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

m. Coplas de carnaval

  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: CANTONES PROVINCIA DE CHIMBORAZO	
Código: IM-06-01-50-000-13-000013	
Localidad: CHIMBORAZO	
CoordenadasX: 750542	CoordenadasY: 97757993
Altitud: 3378	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL – KICHWA
Ámbito: Tradiciones y Expresiones Orales	Subámbito : Poesía popular
Detalle del Sub ámbito: Coplas	
Denominación del bien: Coplas de Carnaval	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
Al hablar de copla deberíamos describirla o caracterizarla como una forma	

<p>poética de origen europeo, la copla como una forma poética en la que encontramos cuatro versos octasílabos rimados de forma asonante y consonante, generalmente las coplas de carnaval se escuchan como su nombre lo indican en la fiesta del Carnaval.</p> <p>Amarillos son los gustos colorados los placeres; que constantes son los hombres y que ingratas las mujeres.</p> <p>Dos amores en la tierra no se podrán olvidar; dos amores que se quieran no se podrán separar.</p> <p>Dizque le gustan las buenas mozas, y que en amores no anda con cosas.</p> <p>Este es el pogyito* de agua donde vengo yo a beber; no es tanta la sed que tengo sino por venirme a ver.</p>
Fecha o periodo: Anual
Soportes:
Importancia para la comunidad: Las coplas afianzan el sentir de un poeta popular, ya que al momento de cantarlas o declamarlas hacen referencia al sentir diario de cada persona o grupos de personas.
Sensibilidad al cambio: Baja
Informantes: Chiriboga, Fausto. 62. Masculino. Riobamba
ANEXOS
Referencias bibliográficas: Paez, Santiago, Coplas de carnaval de Chimborazo, Quito, 19866
Video
Registro fotográfico:



DATOS DE REGISTRO



Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fecha de registro: 2013/01/11

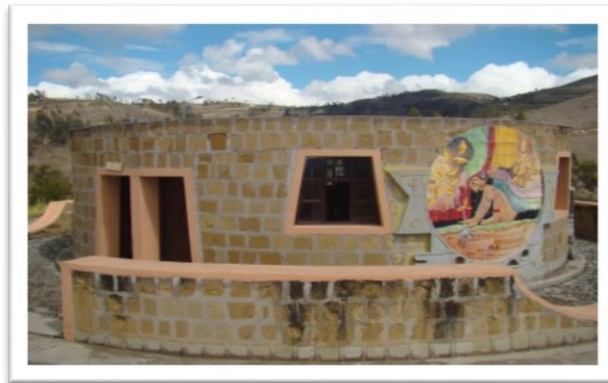
Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

n. Diversas supersticiones, dichos y creencias

  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: RIOBAMBA	
Código: IM-06-01-51-000-13-000014	
Localidad: CACHA MACHANGARA	
CoordenadasX: 759916	CoordenadasY: 98159066
Altitud: 3117	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	

Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL – KICHWA
Ámbito: Tradiciones y Expresiones Orales	Subámbito : Poesía Popular
Detalle del Sub ámbito: Proverbios, dichos, supersticiones y creencias	
Denominación del bien: Diversas supersticiones, dichos y creencias.	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>Las diversas circunscripciones territoriales son verdaderamente significativas, las pocas muestras están confinadas principalmente a la población indígena y en pocos casos a la población mestiza.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La presencia de una mariposa de color negro es un anuncio que se va a recibir una mala noticia - El llanto o aullido de un perro augura que algo malo va a suceder - Cuando los perros insistentemente hacen huecos en el suelo significa que alguien va a fallecer - Las mujeres indígenas llevan anillos de acero ya que creen que el acero ahuyenta a los malos espíritus - Se suele poner a los niños recién nacidos una cinta o piola de color rojo con la finalidad que no les ojeen. Igual que en los animales pequeños. - Cuando la tórtola llora se cree que alguien va a morir - La pelea de perros significa que en esa casa hay constantes peleas o están en continuo conflicto - Cuando una persona se encuentra una cruz es porque se va a producir un matrimonio 	
Fecha o periodo: Atemporal	
Soportes: “Junta Parroquial/Centro Turístico Pucara Tambo”, Cacha	
Importancia para la comunidad: Las creencias, dichos, supersticiones hacen referencia a la creencia de las localidades que en base a ellos se manifiestan en una índole de cuidados.	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Mayacela, Juan. 47. Masculino. Cacha Machangara/Arrieta, Modesto.87. Masculino. Riobamba	
ANEXOS	
Referencias bibliográficas: Arrieta, Modesto, Cacha raíz de la nacionalidad Ecuatoriana, 1984	
Video	

Registro fotográfico:**DATOS DE REGISTRO**

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fecha de registro: 2012/01/28

Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

2. Artes del espectáculo**o. Juegos coches de madera**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO
INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES**



DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: CHIMBORAZO



Cantón: RIOBAMBA

Código: IM-06-01-50-000-13-000015

Localidad: RIOBAMBA	
CoordenadasX: 761811	CoordenadasY: 98149441
Altitud: 2754	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Artes del Espectáculo	Subámbito : Juegos
Detalle del Sub ámbito: Juegos Infantiles	
Denominación del bien: Coches de madera.	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>Los coches de madera tienen su origen en la Mesopotamia, hace más de 2.000 años, más o menos. Los primeros carros eran de dos ruedas, se los utilizaba con fines bélicos o pacíficos. Los coches se difundieron por Egipto, Siria, Persia, Grecia y Roma. Como estos vehículos eran rápidos se los empleaba para transportar armas y a los lanceros. Los carros halados por dos caballos se llamaban vigas, los de tres caballos trigas y los de cuatro se denominaban cuadrigas. Muchas veces los empleaban para competencias de carreras o para que las huestes victoriosas entren a las ciudades. Posteriormente se utilizaba para paseos de la nobleza o para cortejos fúnebres. Estos carros fueron traídos a América por los españoles. Desde allí nuestros niños, utilizando su imaginación crearon corros de madera, al comienzo eran rústicos, con ruedas demadera, posteriormente se idearon corros con ejes, con rulimanes, con volante, losconductores empleaban cascos de plástico</p> <p>En Riobamba era agradable observar las carreras de carros de madera desde la Loma de Quito hasta la iglesia de San Alfonso; en ocasiones también realizaban competencias por la avenida de Los Shirys. Esta distracción llevaba buena cantidad de gente que gozaba viendo a los niños realizar maniobras, a veces complicadas. De igual manera en algunas parroquias rurales con el afán de revivir esta tradición de antaño han organizado competencias de coches de madera como es el caso en las parroquias rurales de la ciudad de Riobamba en donde por sus fiestas patronales suelen manifestar estos actos. De igual manera en los demás cantones de la provincia de Chimborazo.</p>	
Fecha o periodo: Continua	
Soportes:	
Importancia para la comunidad: Este juego popular se caracteriza en su mayoría por la vocación social, que encierran o dicho de otra manera por ser en	

<p>sus características susceptibles de establecer un espacio de encuentro entre actores sociales aquellos propios del contexto donde se desenvuelven en el juego, dando así un ambiente de esparcimiento.</p>
<p>Sensibilidad al cambio: Baja</p>
<p>Informantes: Chiriboga, Fausto. 62. Masculino. Riobamba</p>
<p>ANEXOS</p>
<p>Referencias bibliográficas:La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002</p>
<p>Video</p>
<p>Registro fotográfico:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>
<p>DATOS DE REGISTRO</p>
<p>Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.</p>
<p>Fecha de registro: 2013/01/14</p>
<p>Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.</p>
<p>Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.</p>



p. Juegos de cocos

 
<p>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>

DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: RIOBAMBA	
Código: IM-06-01-50-000-13-000016	
Localidad: RIOBAMBA	
CoordenadasX: 761811	CoordenadasY: 98149441
Altitud: 2754	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Artes del Espectáculo	Subámbito : Juegos
Detalle del Sub ámbito: Otros	
Denominación del bien: Juego de Cocos.	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>Este es un juego tradicional, que actualmente lo realizan las personas adultas, sobre todolas de la tercera edad. Mucha gente se aglomera para distraerse en esta actividad tradicional. Los días preferidos son los sábado, domingos y días festivos.</p> <p>Materiales: un espacio rectangular delimitado de más o menos de 20 m. a 40m. unacircunferencia de 1,50 m. de diámetro trazada con cal, 4 cocos chilenos y bolas metálicas.</p> <p>Participantes: de 4 a más jugadores, hasta unos 16 más o menos.</p> <p>Desarrollo del juego: desde una distancia de unos 50m. Los participantes, uno por uno tiran las bolas hacia la bomba. El que de salida saca un coco o pega a una bola hace el mejor punto. Si no ha habido saque de coco o quiña de bola tiene mejor punto el que está más cerca de la línea de la bomba. El que cae en la bomba o no entra en el rectángulo está muerto y el dueño de la bola ya no participa. Una vez que han salido todos los participantes comienza a jugar el de mejor punto; trata de sacar un coco o matar a los rivales, juega hasta cuando quiña, luego continúa el que tiene mayor puntaje y así sucesivamente. Gana el que queda al último con vida; o, según acuerden los dos últimos.</p>	
Fecha o periodo: Continua	
Soportes:	

Importancia para la comunidad: Este juego popular se caracteriza en su mayoría por la vocación social, que encierran o dicho de otra manera por ser en sus características susceptibles de establecer un espacio de encuentro entre actores sociales aquellos propios del contexto donde se desenvuelven en el juego, dando así un ambiente de esparcimiento.
Sensibilidad al cambio: Baja
Informantes: Chiriboga, Fausto. 62. Masculino. Riobamba
ANEXOS
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002
Video
Registro fotográfico:
DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
Fecha de registro: 2013/01/14
Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

q. Pelea de gallos



  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>
DATOS DE UBICACIÓN
Provincia: CHIMBORAZO
Cantón: RIOBAMBA

Código: IM-06-01-50-000-13-000017	
Localidad: RIOBAMBA	
CoordenadasX: 761811	CoordenadasY: 98149441
Altitud: 2754	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Artes del Espectáculo	Subámbito : Juegos
Detalle del Sub ámbito: Otros	
Denominación del bien: Pelea de gallos	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>Una pelea de gallos o riña de gallos es un combate que se lleva a cabo entre dos gallos de un mismo género o raza de aves denominada "aves finas de combate", propiciados por el ser humano para su disfrute.</p> <p>Normalmente se lleva a cabo en un reñidero, arena, ruedo, redondel, palenque o coliseo que si es destinado para ese fin específico se conoce como "Gallera", donde el ave que demuestra mejores cualidades en el combate se declara como ganadora, para ello debe dejar a su adversario inhabilitado para seguir peleando. En algunos casos hay gallos con "poca casta" que huyen de la pelea al estar heridos, en cuyo caso pierden el combate o la pelea. En la mayoría de los casos se realizan apuestas sobre el resultado de la contienda.</p>	
Fecha o periodo: Continua	
Soportes:	
Importancia para la comunidad: Este juego popular se caracteriza en su mayoría por la vocación social, que encierran o dicho de otra manera por ser en sus características susceptibles de establecer un espacio de encuentro entre actores sociales aquellos propios del contexto donde se desenvuelven en el juego, dando así un ambiente de esparcimiento. En mucho de los casos los participantes hacen una jugosa apuesta lo que también implica la distracción económica por el juego.	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Chiriboga, Fausto. 62. Masculino. Riobamba	

ANEXOS
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002
Video
Registro fotográfico:

DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
Fecha de registro: 2013/01/14
Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

r. Toros de pueblo


  <p>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>
DATOS DE UBICACIÓN
Provincia: CHIMBORAZO
Cantón: CANTONES PROVINCIA DE CHIMBORAZO

Código: IM-06-01-50-000-13-000018	
Localidad: CHIMBORAZO	
CoordenadasX: 750542	CoordenadasY: 97757993
Altitud: 3378	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL – KICHWA
Ámbito: Artes del Espectáculo	Subámbito : Juegos
Detalle del Sub ámbito: Juegos rituales o festivos	
Denominación del bien: Toros de Pueblo	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>Las fiestas de los santos patronos en su mayoría en las localidades rurales de la provincia de Chimborazo es una oportunidad apropiada para practicar este juego considerado hoy en día como un juego tradicional de festividades.</p> <p>Todo empieza con la acción de armar la plaza de toros y las tribunas desde los cuales se observaran, con palos, tablas, sogas y otros materiales necesarios.</p> <p>El reconocimiento social en este ámbito no solo queda en posición, únicamente de los toreros que son los mismos pobladores de la localidad que con entusiasmo se lanzan a la plaza de toros a realizar sus maniobras delante del toro. También los sacerdotes o autoridades que hayan decidido donar los toros ponen en juego su prestigio ya sea a través de la calidad de los animales ya que son traídos de las mejores ganaderías del país. Todo esto se realiza en honor a los santos patronos de las localidades donde este juego es tan popular y bien visto por los actores de la localidad.</p>	
Fecha o periodo: Continua	
Soportes:	
Importancia para la comunidad: En la mayoría de los casos las prácticas de la religiosidad popular en la provincia de Chimborazo son capaces de aglutinar a gran cantidad de gente, lo cual les permite brindar y compartir con gente de otros lugares este popular y tradicional juego festivo como son los toros de pueblo.	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Chiriboga, Fausto. 62. Masculino. Riobamba	
ANEXOS	

Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002
Video
Registro fotográfico:

DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
Fecha de registro: 2013/01/16
Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

s. Juego de la pelota de mano

 <p>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>
DATOS DE UBICACIÓN
Provincia: CHIMBORAZO
Cantón: RIOBAMBA
Código: IM-06-01-03-000-13-000019

Localidad: PLAZA ROJA	
CoordenadasX: 761629	CoordenadasY: 98151603
Altitud: 2754	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Artes del Espectáculo	Subámbito : Juegos
Detalle del Sub ámbito: Otros	
Denominación del bien: Juego de la pelota de mano.	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>En Riobamba en la tradicional Plaza de la Concepción o Plaza Roja, se convierte en sitios de reunión de más de treinta jugadores organizados en torno a dos canchas pintadas en el suelo, en su mayoría de hombres, la cancha dispuesta para el juego mide aproximadamente 9 m. de largo por 3 o 4 de ancho. Los equipos están conformados por cuatro jugadores el sacador, el medio y los dos topadores, los jugadores deben mandar la pelota de un lado al otro lado de la cancha, en donde los jugadores del otro lado tratan de mandarla al otro lado lo más lejos posible. El juego se gana completando 60 puntos, contabilizados de 15 en 15, los puntos se nombran hasta la tercera vez, es decir hasta completar 45 puntos, luego de lo cual ya se hace un juego. Tres juegos contemplan la mesa y definen el ganador.</p>	
Fecha o periodo: Continua	
Soportes:	
Importancia para la comunidad: La popularidad de este juego ha llegado a los demás cantones de la provincia, es así que la Federación Deportiva de Chimborazo la incluyo entre los deportes de importancia de la provincia, en donde con esta actividad se pueden conocer a los mejores jugadores de este arte.	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Chiriboga, Fausto. 62. Masculino. Riobamba	
ANEXOS	
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002	
Video	


Registro fotográfico:
DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
Fecha de registro: 2012/
Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

3. Usos sociales, rituales y actos festivos



t. Procesión de semana santa

  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: RIOBAMBA	
Código: IM-06-01-50-000-13-000020	
Localidad: RIOBAMBA	
CoordenadasX: 761629	CoordenadasY: 98151603
Altitud: 2754	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos.	Subámbito : Fiestas

Detalle del Sub ámbito: Fiestas o ceremonias religiosas
Denominación del bien: Procesión de semana santa
DESCRIPCIÓN
<p>Reseña del bien:</p> <p>La procesión se remonta a la época de la Colonia. Los españoles eran extremadamente religiosos; y, se valieron de este instrumento para la conquista. Crearon las encomiendas, diezmos, como organizaciones de sometimiento al yugo español.</p> <p>Pusieron como patronos de ciudades y pueblos los nombres de santos, así por ejemplo: San Francisco de Quito, Santiago de Guayaquil, San Pedro de Riobamba, San Luis, San Juan, Santiago de Calpi, San Miguel de Pungalá, etc. Para festejar con más suntuosidad las fiestas religiosas, los españoles organizaban procesiones con el santo patrono de la comunidad.</p> <p>En Riobamba han sido clásicas las procesiones del Señor del Buen Suceso, el martes Santo, la procesión del Jesús del Gran Poder. Algo que se ha perdido es el Rosario del Aurora y la procesión del Corpus Cristi, aunque hay que señalar que en poblaciones como Yaruquíes y Punín aún se puede observar esta fiesta.</p> <p>En el recorrido de la procesión la gente asociada en congregaciones realizan cánticos religiosos o van rezando oraciones.</p> <p>Los fieles católicos en la ciudad de Riobamba, el martes de la Semana Santa, rinden homenaje de fe al Señor del Buen Suceso. En este día vienen fieles de diferentes lugares de la provincia. Se hacen presente hermandades de devotos, representaciones estudiantiles, de obreros, artesanos, sindicatos y autoridades.</p> <p>Con profunda fe los fundadores, esclavos y “cucurucho” llevan en anda a la prodigiosa imagen por las principales calles de la ciudad. El obispo diocesano y sacerdotes acompañan al Señor. Las vías de circulación son adornadas con banderas de Riobamba y del Ecuador. Cientos de gentes se ubican en las aceras de las calles, unos rezan, otros están simplemente de curiosos; en síntesis el Señor despierta emoción a su paso. De igual manera las procesiones de la parroquia de Yaruquíes y de Punín son muy llenas de profunda fe y religiosidad.</p>
Fecha o periodo: Anual
Soportes: “Devotos del Señor del Buen Suceso”, Riobamba
Importancia para la comunidad: En un acto de fe y religiosidad la población de la localidad se aglutina de manera especial para celebrar esta fiesta que está llena de respeto y de devoción a los santos patronos de la localidad.

Sensibilidad al cambio: Baja
Informantes: Rodríguez, Oswaldo. 53. Masculino. Riobamba
ANEXOS
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002
Video
Registro fotográfico:

DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
Fecha de registro: 2013/01/10
Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

u. Fiesta del Divino Niño Rey de Reyes



  <p>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>
DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: RIOBAMBA	
Código: IM-06-01-01-000-13-000021	
Localidad: BARRIO SANTA ROSA	
CoordenadasX: 761682	CoordenadasY: 98159066
Altitud: 2754	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos.	Subámbito : Fiestas
Detalle del Sub ámbito: Fiestas o ceremonias religiosas	
Denominación del bien: Fiesta del Divino Niño Rey de Reyes	
DESCRIPCIÓN	
<p>Reseña del bien:</p> <p>Esta es una celebración que se la realiza por todo lo alto el 6 de enero de cada año. En elbarrio de Santa Rosa, en la ciudad de Riobamba, una pequeña casa esquinera y con un patio interior es el lugar donde reposa la imagen del Niño ‘Rey de reyes’. Aunque, en la década de 1940, algunos devotos visitaban este santuario doméstico y acompañaban a la ‘Misa del Niño’ el 6 de enero, solo a mediados de los ochenta adquiere la fiesta mayor magnitud.</p> <p>Los principales protagonistas de la fiesta pertenecen a familias vinculadas con el negocio de la carne, pues, en décadas pasadas, el barrio albergaba el camal municipal. A comienzos, Santa Rosa era un arrabal habitado por los “cutos”: comerciantes, particularmente de carne, descendientes de una casta aristocrática indígena, cuya función era servir de intermediarios del control político y religioso que imperaba en las comunidades parroquiales corporativas. Todavía en décadas pasadas era un orgullo ser de ‘los cutos de Santa Rosa’: matarifes cuchilleros, bebedores de chicha y comedores de caucara, por lo que la ciudadanía de Riobamba todavía califica a la solemnidad del Rey de reyes como la fiesta de los cutos.</p> <p>La imagen del niño “REY de REYES” fue tallada en 1794 por la Escuela Quiteña, ysegún cuenta la tradición ésta fue rescatada de los escombros de la antigua Riobamba y desde entonces ha sido venerada en la casa de la familia Mendoza Esta celebración coincide con la fiesta de reyes que se la realizan en el resto de comunidades, las mismas que la asocian con la siembra de productos agrícolas</p>	



<p>como habas, maíz etc. En varios lugares de Chimborazo a esta fiesta le conocen con el nombre de Niño Caporal.</p> <p>La fiesta se realiza con la participación de comparsas donadas por los devotos de la imagen del Niño Rey de Reyes que recorren el centro de la ciudad con algarabía y entusiasmo.</p>
<p>Fecha o periodo: Anual</p>
<p>Soportes: “Oratorio del Divino Niño Rey de Reyes”, Riobamba</p>
<p>Importancia para la comunidad: En un acto de fe y religiosidad la población de la localidad se aglutina de manera especial para celebrar esta fiesta que está llena de respeto y de devoción a una imagen religiosa que los ha llenado de fe y creencia.</p>
<p>Sensibilidad al cambio: Baja</p>
<p>Informantes: Chiriboga, Fausto. 62. Masculino. Riobamba</p>
<p>ANEXOS</p>
<p>Referencias bibliográficas:La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002</p>
<p>Video</p>
<p>Registro fotográfico:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>
<p>DATOS DE REGISTRO</p>
<p>Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.</p>
<p>Fecha de registro: 2013/01/15</p>
<p>Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.</p>
<p>Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.</p>

v. Día de los difuntos

  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: CANTONES PROVINCIA CHIMBORAZO	
Código: IM-06-01-50-000-13-000022	
Localidad: CHIMBORAZO	
CoordenadasX: 750542	CoordenadasY: 97757993
Altitud: 3378	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL – KICHWA
Ámbito: Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos.	Subámbito : Fiestas
Detalle del Sub ámbito: Fiestas o ceremonias religiosas	
Denominación del bien: Día de los Difuntos	
DESCRIPCION	
<p>Reseña del bien:</p> <p>La conmemoración del día de los Difuntos es un acto de mucha significación en la religión católica. Para su celebración, familiares residentes fuera de la ciudad regresan a su tierra natal para recordar a sus seres queridos en unidad familiar.</p> <p>No puede faltar la anticipada visita al cementerio de la ciudad para el arreglo de las tumbas que consiste en la limpieza de las mismas y su adorno con hermosos ramos de flores, coronas de papel y las expresivas tarjetas.</p> <p>La asistencia a la misa de difuntos es una ritual celebración para rezar por las</p>	

<p>almas de quienes partieron a la eternidad.</p> <p>En las zonas rurales de la provincia de Chimborazo las personas acostumbras a llevar comida y bebidas que le gustaba al difunto, según la creencia se dice que van a compartir con el ser querido que se fue al más allá, rezan cantan y lloran recordando con nostalgia al difunto.</p>
Fecha o periodo: Anual
Soportes:
Importancia para la comunidad: Una manifestación que congrega a un sin número de personas donde la fe y la religiosidad y el respeto por los difuntos, hacen de esta fiesta religiosa un compartir entre los individuos
Sensibilidad al cambio: Baja
Informantes: Chiriboga, Fausto. 62. Masculino. Riobamba
ANEXOS
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002
Video
<p>Registro fotográfico:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
Fecha de registro: 2013/01/15
Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

w. Fiesta de San Pedro

  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: ALAUSÍ	
Código: IM-06-02-50-000-13-000023	
Localidad: ALAUSI – BARRIO CENTRAL	
CoordenadasX: 739776	CoordenadasY: 97572994
Altitud: 2347	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos.	Subámbito : Fiestas
Detalle del Sub ámbito: Fiestas o ceremonias religiosas	
Denominación del bien: Fiesta de San Pedro	
DESCRIPCIÓN	
<p>Reseña del bien:</p> <p>Las fiestas de San Pedro se llevan a cabo el 29 de Junio, principalmente se venera a San Pedro, patrón de algunas ciudades como Riobamba y Alausí, también se celebra en otros cantones como es el caso de Guamote donde la fiesta se inicia con una misa en honor al Santo y posteriormente se continua con otras actividades como procesiones, juegos populares, chamizas, bailes con bandas de pueblo etc.</p> <p>La fiesta más grande en honor a San Pedro se la realiza en el cantón Alausí en donde se realizan diversas actividades que si enaltecen por lo alto al cantón con</p>	

las diversas actividades en honor a su santo patrono.

En si las fiestas de carácter religioso se celebran en muchos de los cantones y parroquias de la provincia de Chimborazo, las mismas que en su contenido y sincretismo tienen las mismas características y actividades que van de a mano con la fe y religiosidad que los pobladores ponen en las imágenes religiosas.

A continuación un cuadro de las principales fiestas en la provincia de Chimborazo en honor a las imágenes religiosas.

LUGAR	FECHA	FIESTA
- Alausí - Guasuntos - Achupallas - Sibambe - Huigra - Multitud - Tixán - Pumallacta - Sevilla	- 29 de junio - 25 de agosto - 24 de junio - 25 de julio - 8 de diciembre - 5 de abril - 24 de junio - 15 de julio - 15 de agosto	- San Pedro (patrón) - San Luis Rey de Francia - San Juan - Apóstol Santiago Felipe - Virgen Inmaculada - San Vicente Ferrer - San Juan Bautista - Virgen del Carmen - Jesús del Gran Poder
- Colta - Cajabamba - Santiago de Quito y Juan de Velasco - Columbe y Cañi	- 20 de enero - 8 de septiembre - 24 de septiembre	- San Sebastián (patrón) - Virgen de Balbanera - Virgen de las Mercedes
- Chambo	- 16 de julio	- Virgen de la Fuente del Carmelo de Catequilla
- Chunchi Compud, Llagos y Gonzol	- 28 de octubre	- San Judas Tadeo
- Guamote - Cebadas - Palmira	- 29 de junio - 8 de diciembre - 27 de diciembre	- San Pedro - Virgen Inmaculada - San Juan Evangelista
- Guano - Guanando - La Providencia - San Isidro	- 8 de diciembre - Martes Santo - 6 de enero - 15 de mayo	- Virgen Inmaculada - Señor de la Buena Muerte - Reyes magos - San Isidro labrador
- Pallatanga	- 29 de septiembre	- San Miguel Arcangel
- Riobamba - Licán - San Andrés - San Juan - San Luis - Sal Luis – Calpi	- 6 de enero - Martes santo - 6 de enero - 30 de Nov. - 27 de Dic. - 5 de agosto - 25 de agosto	- Rey de Reyes - Señor de Buen Suceso - Los reyes magos - San Andrés Patrón - San Juan Evangelista - Virgen de las Nieves - San Luis rey de Francia

- Pungalá	- 7 de octubre	- Virgen del Rosario de la Peña
- Punín	- Martes santo	- Señor de la Agonia de Chuipe
Fecha o periodo: Anual		
Soportes: "GADM, Departamento de Turismo", Alausí		
Importancia para la comunidad: Aglutina a gran cantidad de turistas tanto nacionales y extranjeros que se trasladan al cantón donde se realiza estas fiestas para disfrutar de todos los actos programados en esas fechas.		
Sensibilidad al cambio: Baja		
Informantes: Luna, Carlos. 47. Masculino. Alausi		
ANEXOS		
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP		
Video		
Registro fotográfico:		
		
DATOS DE REGISTRO		
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.		
Fecha de registro: 2013/01/24		
Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.		
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.		

x. Carnaval

  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: CANTONES PROVINCIA CHIMBORAZO	
Código: IM-06-01-50-000-13-000024	
Localidad: CHIMBORAZO	
CoordenadasX: 750542	CoordenadasY: 97757993
Altitud: 3378	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL – KICHWA
Ámbito: Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos.	Subámbito : Fiestas
Detalle del Sub ámbito: Otras celebraciones festivas.	
Denominación del bien: Carnaval	
DESCRIPCIÓN	
<p>Reseña del bien:</p> <p>Es una fiesta de origen europeo, que se celebra entre inicios, fines de febrero y principios de marzo. La celebración del Carnaval es una de las fiestas más populares. Se celebra en los países que tienen tradición cristiana, precediendo a la cuaresma. Por lo general, en muchos lugares se celebra durante tres días, anteriores al Miércoles de Ceniza, que es el día en que comienza la cuaresma en el Calendario Cristiano.</p> <p>Aún no está completamente claro cuál es el verdadero significado del término “Carnaval” aunque existen varios autores que la definen como es el caso de</p>	

Brandon citado por Luis Fernando Botero en su libro "Chimborazo de los indios" en el que dice: "este término se explica muchas veces como una derivación de Carne Vale, es decir, adiós, carne, en relación con los ayunos y abstinencias cuaresmales, que se inician precisamente el miércoles de ceniza." El mismo autor señala que es posible pensar que esta palabra se deriva del latín Carnavale, en recuerdo del carro en forma de barca que se llevaba en las procesiones relacionadas con los cultos de Isis en Egipto y Dionisio en Grecia"

La celebración del carnaval tiene gran acogida en la población ecuatoriana y en la provincia de Chimborazo aunque tiene diversas formas de manifestarse. Su origen en el país se presume que fue como la mayoría de tradiciones y costumbres actuales, es decir, con la conquista española. La fiesta del Carnaval varía, no tiene una fecha específica, como se ha mencionado, precede a la cuaresma, la manera de celebrarlo varía entre países, regiones, ciudades y comunidades, hablando más específicamente de la provincia de Chimborazo, donde los carnavales más tradicionales son los que se festejan en Guamote, Guano, chambo y Riobamba, con una duración que varía de entre tres días hasta una semana. Los disfrazados en esta celebración, son muy típicos, y tiene su origen el equinoccio. El factor común para la celebración es el agua, espuma, harina, serpentinas, picadillo; no puede faltar la chicha de jora (sobre todo en las comunidades) y alimentos propios de la región.

En síntesis se podría decir que la celebración del Carnaval es una oportunidad para mantener unida a una comunidad, como algo básico en el desarrollo de sus valores culturales, que desaparecen por la influencia del colonialismo cultural de países desarrollados sobre los subdesarrollados.



El carnaval como manifestación cultural se celebra en algunos lugares de la provincia de Chimborazo detallándose a continuación los más importantes:

LUGAR	FECHA
Cantón Riobamba	Sábado de carnaval
Cantón Chambo	Domingo de carnaval
Cantón Guano	Lunes de carnaval
Cantón Guamote	Tres semanas de festejo terminando la fiesta el Miércoles de ceniza



Fecha o periodo: Anual

Soportes:



Importancia para la comunidad: La fiesta de carnaval en la provincia de Chimborazo como una manifestación cultural de importancia hace referencia a las

<p>tradiciones y costumbres que aún se mantienen en los lugares rurales de la provincia. Atrae turistas y genera ingresos económicos los mismos que dinamiza la economía local de los sectores involucrados.</p>
<p>Sensibilidad al cambio: Baja</p>
<p>Informantes:Chiriboga, Fausto. 62. Masculino. Riobamba</p>
<p>ANEXOS</p>
<p>Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002</p>
<p>Video</p>
<p>Registro fotográfico:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>
<p>DATOS DE REGISTRO</p>
<p>Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.</p>
<p>Fecha de registro: 2013/01/20</p>
<p>Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.</p>
<p>Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.</p>

y. Carnaval de Guamote

 	<p>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>
---	--

DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: GUAMOTE	
Código: IM-06-06-50-000-13-000025	
Localidad: Guamote	
CoordenadasX: 754897	CoordenadasY: 97864375
Altitud: 3050	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL – KICHWA
Ámbito: Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos.	Subámbito : Fiestas
Detalle del Sub ámbito: Otras celebraciones festivas.	
Denominación del bien: Carnaval de Guamote	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>Es la fiesta más tradicional de Guamote, inicia el viernes antes del miércoles de ceniza, y culmina el sábado siguientes, es decir la festividad dura 9 días, siendo el carnaval más largo del ecuador, durante este tiempo se desarrollan un sinnúmero de eventos principalmente culturales que son parte misma de la herencia generacional que año tras año sigue manteniendo este hermoso pueblo de gente bondadosa y acogedora que lo espera para juntos compartir y disfrutar sanamente de éste su PATRIMONIO CULTURAL.</p> <p>El Rey.- Es el personaje central de la Fiesta del Carnaval de Guamote, con su vestimenta simula a un verdadero Rey; CAPA, CORONA y CETRO; igualmente su caballo es adornado con estirpe real.</p> <p>Hace muchos años, el guamoteño, más específicamente el morador del Barrio San Juan, acepta ser Rey gracias a una petición verbal de la dirigencia del Barrio. En la actualidad, la fe, la creencia y devoción al Patrono San Carlos es inmensa a tal punto que no hay necesidad de nombrarlos o pedirles que se hagan Rey; se ofrecen voluntariamente. Hay dos reyes para cada año, antes había tres, dos o uno por año.</p> <p>Los Embajadores.- Cada rey elige dos Embajadores; estos personajes son los encargados de ayudar al rey a organizar la fiesta del Carnaval. Se los distingue</p>	

<p>por lucir una bandera artísticamente confeccionada, la misma que tiene que ir flameando junto al Rey.</p> <p>Los Jochantes.- Juegan un papel muy importante en la realización de estas fiestas pues constituyen un punto de apoyo vital tanto para el rey como para los embajadores. Ya que son los que ofrecen al rey o embajadores diferentes obsequios como bebidas, reses, orquestas, comparsas, entre otras cosas.</p> <p>Jochar.- es un término kichwa que significa “dar un presente o un regalo” , entonces los jochantes son personas que entregan regalos al rey y a los Embajadores a fin de que éstos no tengan ningún contratiempo en organizar los carnavales y atiendan bien a la gente. Unos dan orquestas, otros reces de matanza, chanchos, bandas de música, bebida, toros de lidia, colchas, comparsas, en fin los componentes que hacen la fiesta.</p>
<p>Fecha o periodo: Anual</p>
<p>Soportes: “GADM, Departamento de Turismo”, Guamote</p>
<p>Importancia para la comunidad: La fiesta que se celebra en Guamote es la más representativa de Chimborazo considerada como patrimonio cultural inmaterial de la nación, por su simbolismo y valor.</p>
<p>Sensibilidad al cambio: Baja</p>
<p>Informantes: Calderon, Fredy. 51. Masculino. Guamote</p>
<p>ANEXOS</p>
<p>Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002</p>
<p>Video</p>
<p>Registro fotográfico:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>
<p>DATOS DE REGISTRO</p>
<p>Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.</p>
<p>Fecha de registro: 2013/01/22</p>

Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

z. Fiesta Cívica del 21 de abril

  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: RIOBAMBA	
Código: IM-06-01-50-000-13-000026	
Localidad: RIOBAMBA	
CoordenadasX: 761811	CoordenadasY: 98149441
Altitud: 2754	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos.	Subámbito : Fiestas
Detalle del Sub ámbito: Fiestas cívicas.	
Denominación del bien: Fiesta Cívica del 21 de Abril.	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>Es la celebración más importante dentro del calendario festivo de la provincia, en homenaje a la gesta heroica de la batalla del 21 de Abril de 1822, donde el ejército del Mariscal Antonio José de Sucre derrotó a las fuerzas españolas en el sector que actualmente se le denomina loma de Quito.</p>	

Las fiestas se inician en los primeros días del mes con la elección de la reina para luego continuar con el desarrollo de actos culturales, presentación de artistas nacionales e internacionales, verbenas, muestras de pinturas, actos deportivos, ferias artesanales y agropecuarias, entre las que destaca la que se realiza en la Quinta Macají; y no puede faltar en esta celebración los tradicionales desfiles Cívico – Militar, el de la Alegría y la corrida de Toros “Señor del Buen Suceso”.

Las principales fiestas cívicas que se conmemoran en la provincia de Chimborazo por lo general, son con motivo de cantonización

LUGAR	FECHA DE CANTONIZACIÓN
- Alausí	- 25 de junio de 1824
- Colta	- 2 de agosto de 1884
- Cumanda	- 28 de enero de 1992
- Chambo	- 18 de marzo de 1988
- Chunchi	- 4 de julio de 1944
- Guamote	- 1 de agosto de 1944
- Guano	- 20 de diciembre de 1845
- Pallatanga	- 5 de mayo de 1986
- Penipe	- 9 de febrero de 1984

Fecha o periodo: Anual

Soportes: “GADM, Comité Permanente de Fiestas”, Riobamba

Importancia para la comunidad: Conmemoración donde se celebra la gloriosa Batalla de Tapi gesta heroica que dio la libertad a la ciudad, es aquí donde la ciudad se llena de turistas incrementando la economía local.

Sensibilidad al cambio: Baja

Informantes: Chiriboga, Fausto. 62. Masculino. Riobamba

ANEXOS

Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002

Video

Registro fotográfico:



DATOS DE REGISTRO

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fecha de registro: 2013/01/10

Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.



4. Conocimientos y usos relacionados con el universo y la naturaleza

aa. Cholas, fritada, chorizo de Guano



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO
INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES

DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: GUANO	
Código: IM-06-07-50-000-13-000027	
Localidad: BARRIO CENTRAL	
CoordenadasX: 763542	CoordenadasY: 98221708
Altitud: 2728	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Conocimientos y Usos relacionados con la Naturaleza y el Universo	Subámbito : Gastronomía
Detalle del Sub ámbito: Gastronomía cotidiana	
Denominación del bien: Las Chola – Fritada – Chorizo – Chicha Huevona. Guano – Chimborazo.	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>Se dice que anteriormente en la localidad residían unas lindas muchachas de familia a quienes se les conocía como cholos, a una de estas jóvenes se le ocurrió rellenar el pan que elaboraban para consumo diario con atado de dulce, dando como resultado un manjar exquisito en el mercado local, varias familias que aprendieron el secreto de la elaboración abrieron sus propios negocios aprovechando la numerosa cantidad de gente que acudía al pueblo para adquirir las conocidas alfombras. La masa se prepara manualmente con harina de trigo, levadura con azúcar diluida, huevos, manteca de choncho, sal y achiote, esta masa se deja reposar durante 20 o 30 min. Para posteriormente dividirla en pedazos pequeños, se da forma a los panes rellenándolos con atado de caña y se los hornea en horno de leña o gas teniendo cuidado de girarlos cada cierto tiempo.</p> <p>En el caso de la fritada se pone al fuego una paila con cebolla, agua, sal y ajo picado, se agrega la carne de choncho, preferiblemente el lomo, cortado en trozos medianos y se deja cocinar hasta que adquiera una consistencia suave. Cuando el agua se ha consumido completamente se le añade manteca de puerco para que la carne se dore, la fritada se sirve generalmente con encebollado y</p>	

<p>tostado, maduro frito y mote cocinado.</p> <p>La chicha huevona es la combinación de chicha de jora con azúcar, huevos batidos y aguardiente.</p>
<p>Fecha o periodo: Continua</p>
<p>Soportes: “Unidad de Turismo”, Guano</p>
<p>Importancia para la comunidad:El resultado de esta tradicional labor, aprendida de padres a hijos en el caso del pan de sabor especial y característico del lugar, quienes lo saben hacer se siente orgulloso de sus conocimientos. De igual manera las técnicas y secretos al momento de la preparación de la fritada y de la chicha huevona hacen que este plato y bebida sean exquisitos al paladar de los comensales.</p>
<p>Sensibilidad al cambio: Baja</p>
<p>Informantes: Moreno, Mario. 53. Masculino. Riobamba</p>
<p>ANEXOS</p>
<p>Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002</p>
<p>Video</p>
<p>Registro fotográfico:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>


DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fecha de registro: 2013/02/10

Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

bb.Sopas tradicionales Cacha


ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO
INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES

DATOS DE UBICACIÓN
Provincia: CHIMBORAZO

Cantón: RIOBAMBA

Código: IM-06-01-51-000-13-000028

Localidad: CACHA MACHANGARA

CoordenadasX: 759966

CoordenadasY: 98159066

Altitud: 3117

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL - KICHWA
Ámbito: Conocimientos y Usos relacionados con la Naturaleza y el Universo	Subámbito : Gastronomía
Detalle del Sub ámbito: Gastronomía cotidiana	
Denominación del bien: Sopas tradicionales. Cacha – Chimborazo.	
DESCRIPCIÓN	
<p>Reseña del bien:</p> <p>La región andina es poseedora de niveles importantes de biodiversidad silvestre y agro-biodiversidad, constituyendo el centro de origen de varias especies que constituyen la base alimentaria de la humanidad, como la papa y algunas variedades de maíz. Esto se debe a las variadas condiciones de clima, relieve, pisos ecológicos, ecosistemas y al mismo tiempo a una fuerte influencia humana en los procesos de domesticación de las especies y en el manejo de los paisajes naturales.</p> <p>La histórica vinculación de la naturaleza y los pueblos originarios ha estado matizada por una relación de equilibrio, basada en una ética y cultura de conservación, misma que se observa en los rituales, costumbres, respeto por las diferentes formas de vida, normas consuetudinarias, prácticas tradicionales de manejo, formas de aprovechamiento, entre otras.</p> <p>Como parte de esta carga cultural de cuidado y reciprocidad con los ecosistemas, las actividades de sustento y/o alimentación, también integran una diversidad de productos nutritivos y recetas que enriquecen el arte culinario o gastronomía de los pueblos, basados en la agrobiodiversidad particular de cada zona. Estas prácticas, conocimiento y saberes se están perdiendo, entre otras cosas por la introducción de productos y prácticas foráneas y por esto es necesario recuperarlas en la vida cotidiana.</p> <p>Las sopas tradicionales más nombradas por nuestros informantes son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Yahuarlocro - Locro de cuy - Locro de ocas - Locro de mellocos - Sopa de quinua - Arroz de cebada - Colada de habas con carne de chancho <p>Si bien son características de la serranía ecuatoriana adquieren un matiz particular cuando de los ingredientes, sazón y secretos culinarios se trata. Cada uno de estas sopas tradicionales tienen su manera de prepararse y sus</p>	



ingredientes de acuerdo a sus nombres.

Al ser Chimborazo una provincia con una alta concentración de población indígena, Su dieta alimenticia es bastante tradicional. Es así que los alimentos que se pueden degustar en esta mágica provincia son: locro de cuy para ocasiones especiales en poblaciones como Cacha.

SOPA TRADICIONAL	PREPARACIÓN
Yahuarlocro	Se cocina bien el menudo en pedacitos pequeños, agregando los aliños, 1 cucharada de ajo y un poquito de sal. Una vez que esté cocido el menudo se agrega 1½ libra de papas, estas deben picadas en cuadritos, además se añade el achiote, y se deja que se cocine bien las papas, para luego agregar la otra 1½ libra de papa, se agrega el orégano fregando entre las manos, se agrega nuevamente sal al gusto y se deja que se cocine todo. En una olla se hace hervir agua con una cucharadita de sal y se pone a cocinar la sangre aproximadamente unos 30 minutos. Luego se escurre y se desmenuza sacando todas las impurezas. En una sartén se hace un refrito poniendo el aceite, achiote, ajo, aliño, cebolla colorada, sal, perejil, pimienta y la sangre, todo esto se sofríe hasta que la sangre esté brillante y frita. Este plato se sirve caliente al igual que la sangre, acompañado de una rodaja de aguacate, limón y ají.
Locro de cuy	En una olla se hace el refrito colocando el aliño, ajo, aceite. Luego se coloca el cuy y se lo refrié agregando un poquito de sal; una vez que esté concentrado los aliños en el cuy se agrega agua para que se cocine; para darle sabor se pone el orégano y el apio. Luego que haya hervido unos 20 minutos se pone las papas peladas y picadas en cuadritos y se agrega sal al gusto, las ramitas de orégano y apio se puede sacar antes de servir. Una vez cocido todo se sirve agregando el cilantro picado finalmente. Se puede acompañar con ají.
Locro de ocas	Se cocina las ocas y las papas picadas en cuadritos pequeños. Una vez que haya hervido una media hora se agregan el queso desmenuzado, el ajo machacado, el aliño, achiote y la sal al gusto y se deja cocinar hasta que quede como colada. Para servir se agrega el cilantro. El locro también puede hacerse con carne de chanchito o borrego.
Locro de mellocos	Se hace el refrito en una olla poniendo el aceite, el tomate pelado y rallado, ajo machacado, aliño, achiote y un poquito de sal, se agrega los mellocos bien lavados y picados en rodajitas y se mezcla bien. Una vez que haya hervido unos 10 minutos se agrega las papas picadas en cuadritos y se agrega sal al gusto. Después de que está cocido todo se pone el cilantro y se retira del fuego. Para servir se coloca un pedazo de queso. También puede hacerse este locro con carne de res.
Sopa de quinua	En una olla se cocina la quinua, cuando empieza a hervir el agua se agrega la carne picada en pedazos. Una vez que haya hervido bien se pone las papas picadas en cuadritos. Se hace un refrito con la cebolla, aceite, achiote, ajo, pimienta y sal al gusto. Luego se agrega el maní y la leche, dejando hervir por unos 5 minutos y se le añade al caldo, se deja que se cocine bien todo. Para servir se pone una porción de cilantro o perejil picado muy fino.
Arroz de cebada	Se deja a remojar el arroz de cebada el día anterior. Se pone a cocinar el arroz de cebada con la misma agua y se agrega otra cantidad. La carne de cerdo se cocina separada agregando la sal, rama de cebolla blanca, el ajo, perejil y el tomate rallado. Luego que esté cocido el arroz se agrega el caldo de la carne de cerdo molido y la carne en pedacitos. También se pone las papas picadas en cuadritos, luego de unos 10 minutos se agrega las hojas de col picada. A parte se hace un refrito con aceite, cebolla blanca y colorada, achiote, ajo, pimienta y se agrega al caldo dejando que se cocine todo. Se sirve poniendo una porción de cilantro picado finalmente. Se puede acompañar con ají.
Colada de haba con carne de chambo	Se hace hervir la carne de cerdo con sal, ajo, rama de cebolla blanca y el perejil hasta que se cocine la carne. Luego se cierne el caldo y nuevamente se pone al fuego el caldo con la carne picada en pedazos pequeños y se agrega las papas picadas en cuadritos y el achiote; se deja hervir unos quince minutos, se agrega la col picada en tiritas pequeñas. En un recipiente la harina de haba se cierne y se agrega poco a poco ½ litro de agua fría hasta que se disuelva bien toda la harina. Esta mezcla se agrega al caldo, mezclando constantemente hasta que se cocine todo. Para servir se agrega el perejil. También se puede acompañar con ají.

Fecha o periodo: Continua
Soportes: “Junta Parroquial”, Cacha
Importancia para la comunidad: Las sopas tradicionales esta generalmente asociada a la idea del alimento nutritivo debido a las oportunidades de variación, la preparación de este plato refleja realmente si la persona la sabe cocinar, de esta manera convirtiéndose en una actividad cotidiana del convivir diario.
Sensibilidad al cambio: Baja
Informantes:
ANEXOS
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP/Arrieta, Modesto, Cacha Raíz de la Nacionalidad Ecuatoriana, 1984
Video
Registro fotográfico:
DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
Fecha de registro: 2013/01/28
Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.



cc. Hornado Riobambeño

  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>
DATOS DE UBICACIÓN
Provincia: CHIMBORAZO

Cantón: RIOBAMBA	
Código: IM-06-01-01-000-13-000029	
Localidad: BARRIO LA MERCED	
CoordenadasX: 761416	CoordenadasY: 98148650
Altitud: 2754	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Conocimientos y Usos relacionados con la Naturaleza y el Universo	Subámbito : Gastronomía
Detalle del Sub ámbito: Gastronomía cotidiana	
Denominación del bien: Hornado riobambeño. Riobamba – Chimborazo.	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien: Se prepara generalmente con el lechón de chancho el cual se lo adoba con ajo, comino, cebolla blanca, cebolla colorada, achiote, sal previamente licuados, se condimenta al chancho, se deja reposar durante dos horas como mínimo para posteriormente remojarlo con agua y sal y hornearlo en horno de leña por un lapso aproximado de dos horas. Este plato se sirve con mote cocinado y con el tradicional chiriucho (agrio) preparado con limón cebolla, perejil, tomate riñón y chicha agria.	
Fecha o periodo: Continua	
Soportes: “Asociación de vendedoras, Mercado la Merced”, Riobamba	
Importancia para la comunidad: Este plato tradicional se ha convertido en el convivir diario de la localidad debido a que es consumido diariamente por un sinnúmero de personas.	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Inca, Carmen. 58. Femenino. Riobamba	
ANEXOS	
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002	

Video
Registro fotográfico:
 
DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
Fecha de registro: 2013/01/25
Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

dd.Ceviche de chochos

  <p>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>
DATOS DE UBICACIÓN
Provincia: CHIMBORAZO
Cantón: RIOBAMBA
Código: IM-06-01-02-000-13-000030
Localidad: BARRIO VILLA MARÍA

CoordenadasX: 762203	CoordenadasY: 98145497
Altitud: 2754	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Conocimientos y Usos relacionados con la Naturaleza y el Universo	Subámbito : Gastronomía
Detalle del Sub ámbito: Gastronomía cotidiana	
Denominación del bien: Ceviche de chochos. Riobamba – Chimborazo.	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien: Para la preparación la cocinera suele solicitar la colaboración de toda la familia para pelar el grano, se procede a cocinar el cuero de chancho hasta quedar blanco, aparte cocina el tomate riñón lo licua y lo cierce, incorporándole a la mezcla anterior junto con el cuero y los chochos. El plato se sirve con canguil o maíz tostado y limón.	
Fecha o periodo: Continua	
Soportes: “Asociación de vendedoras”, Riobamba	
Importancia para la comunidad: La influencia cultural costeña hizo que se aprendiera a preparar ceviches con la variante de utilizar chochos en lugar de mariscos, es así que se a convertido este plato en el convivir diario de los pobladores de la localidad, dándole así una importancia nutritiva al plato debido a que lo consumen diariamente muchas personas.	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Guamán, María. 52. Femenino. Riobamba	
ANEXOS	
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002	
Video	
Registro fotográfico:	



DATOS DE REGISTRO

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fecha de registro: 2013/01/25

Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

ee. Llapingachos con chorizo



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO
INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES

DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: CHIMBORAZO

Cantón: RIOBAMBA

Código: IM-06-01-01-000-13-000031

Localidad: MERCADO LA MERCED

CoordenadasX: 761416

CoordenadasY: 98148650

Altitud: 2754

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Conocimientos y Usos relacionados con la Naturaleza y el Universo	Subámbito : Gastronomía
Detalle del Sub ámbito: Gastronomía cotidiana	
Denominación del bien: Llapingachos con chorizo. Riobamba – Chimborazo.	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien: A las papas lavadas, peladas y troceadas, se las cocina con sal hasta que queden suaves y se las coloca sobre un recipiente grande, con la ayuda de un instrumento de madera se las aplasta completamente, luego se le añade a la masa manteca de color y queso desmenuzado, para poder moldear las tortillas de acuerdo al tamaño que se desee obtener. Las tortillas se fríen en poca manteca sobre una plancha o sartén de teflón, hasta que se doren, se acompaña con chorizo, huevos y aguacates y una ensalada de zanahoria con remolacha.	
Fecha o periodo: Continua	
Soportes: “Asociación de vendedoras Mercado la Merced”, Riobamba	
Importancia para la comunidad: Este plato tradicional se ha convertido en el convivir diario de la localidad debido a que es consumido diariamente por un sinnúmero de personas.	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Inca, Carmen. 58. Femenino. Riobamba	
ANEXOS	
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002	
Video	
Registro fotográfico:	
DATOS DE REGISTRO	
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.	
Fecha de registro: 2013/01/25	

Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

ff. Tortillas de piedra

  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: PENIPE	
Código: IM-06-09-50-000-13-000032	
Localidad: BARRIO CENTRAL	
CoordenadasX: 773621	CoordenadasY: 98279966
Altitud: 2473	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Conocimientos y Usos relacionados con la Naturaleza y el Universo	Subámbito : Gastronomía
Detalle del Sub ámbito: Gastronomía cotidiana	
Denominación del bien: Tortillas de piedra. Penipe – Chimborazo.	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>Es un alimento característico de la zona de Penipe, no son las que tortillas de maíz. Las dueñas de varios locales de la localidad las suelen preparar a diario, con harina de maíz, agua, huevos y manteca de chancho se prepara la masa, se</p>	

<p>las rellena con queso, posteriormente se las asa en una plancha de piedra traída de la montaña colocada sobre leña untando sobre ellas manteca diluida de chancho.</p>
<p>Fecha o periodo: Continua</p>
<p>Soportes: “GADM, Departamento Patronato Municipal”, Penipe</p>
<p>Importancia para la comunidad: Este plato tradicional se ha convertido en el convivir diario de la localidad debido a que es consumido diariamente por un sinnúmero de personas. La piedra donde se las asa debe ser totalmente plana para poder tener un cocimiento bueno de las tortillas.</p>
<p>Sensibilidad al cambio: Baja</p>
<p>Informantes: Carrasco, Esther. 51. Femenino. Riobamba</p>
<p>ANEXOS</p>
<p>Referencias bibliográficas:La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002</p>
<p>Video</p>
<p>Registro fotográfico:</p> <div data-bbox="533 1133 1161 1509" data-label="Image"> </div>
<p>DATOS DE REGISTRO</p>
<p>Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.</p>
<p>Fecha de registro: 2013/01/20</p>
<p>Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.</p>
<p>Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.</p>

gg. Agentes de salud medicina tradicional

  <p style="text-align: center;"> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES </p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: CANTONES PROVINCIA CHIMBORAZO	
Código: IM-06-01-50-000-13-000033	
Localidad: SECTORES RURALES PROVINCIA CHIMBORAZO	
CoordenadasX: 750542	CoordenadasY: 97757993
Altitud: 3378	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Conocimientos y Usos relacionados con la Naturaleza y el Universo	Subámbito : Medicina Tradicional
Detalle del Sub ámbito: n/a	
Denominación del bien: Agentes de salud. Chimborazo.	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>Uno de los hechos que se constatan en Chimborazo en relación a la medicina tradicional son los agentes de salud, aquellas personas que se podrían decir son las encargadas de practicar la medicina tradicional términos que se asocian genéricamente a un conjunto de especialistas dedicados a tratar determinados males: entre ellos están: curanderos, limpiadores, fregadores, curandero brujo, y los parteros y parteras.</p> <p>Limpiadores.- es aquel que se dedica al tratamiento de enfermedades sea está</p>	

<p>provocada por agentes naturales o sobrenaturales su característica singular es que cura o determina el mal a través de la limpia con el cuy o la limpia con el huevo utilizando plantas medicinales adquiridas en el campo o mercado.</p> <p>Fregadores.- conocen sobre el tratamiento de fracturas, luxaciones, golpes o dolores musculares, han aprendido a curar esta clase de enfermedades debido al conocimiento transmitido por sus parientes o padres.</p> <p>Curanderos brujos.- es un especialista en extraer el mal de cuerpo cuando este ha sido brujeadado a través de poderes maléficos, el curandero brujo elimina los males a través de largas sesiones efectuadas preferentemente en las noches.</p> <p>Parteras /os.- en los sectores rurales especialmente en los sectores indígenas son muy conocido el termino partera/o personas consideradas de confianza, respetuosas de sus costumbres y dedicadas íntegramente al restablecimiento de la salud. Atienden en sus propias casas o acudes a sus pacientes en caso de partos repentinos, emplean técnicas tradicionales como masajes, tomas o emplastos para ayudar al proceso de alumbramiento, así como la prescripción de remedios caseros durante el periodo de parto.</p>
Fecha o periodo: Continua
Soportes: “Hospital Andino Alternativo”, Riobamba
Importancia para la comunidad: Estos individuos o agentes de salud en la medicina tradicional son de vital importancia para la comunidad debido a la confianza que les ponen ciertos individuos para curar sus males y de esta manera ayudar a la mejor en la salud de los individuos.
Sensibilidad al cambio: Baja
Informantes: Mayacela, Juan. 47. Masculino. Cacha Machangara
ANEXOS
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002
Video
Registro fotográfico:


DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fecha de registro: 2013/02/15

Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

hh.Diagnostico y tratamiento medicina tradicional


**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO
INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES**

DATOS DE UBICACIÓN
Provincia: CHIMBORAZO

Cantón: CANTONES PROVINCIA CHIMBORAZO

Código: IM-06-01-50-000-13-000034

Localidad: SECTORES RURALES PROVINCIA CHIMBORAZO

CoordenadasX: 750542

CoordenadasY: 97757993

Altitud: 3378

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Conocimientos y Usos relacionados con la Naturaleza y el Universo	Subámbito : Medicina Tradicional
Detalle del Sub ámbito: n/a	
Denominación del bien: Diagnostico y tratamiento. Chimborazo.	
DESCRIPCIÓN	
<p>Reseña del bien:</p> <p>Los agentes de medicina popular consideran que las enfermedades no solo se producen por elementos naturales sino también por elementos no visibles que actúan perjudicialmente sobre el individuo. Estas enfermedades entre las que se cuentan: el mal aire, el espanto, el mal de ojo, el arco iris y el mal hecho, definidas en su totalidad como “males de campo”.</p> <p>Mal aire.- cuando una persona transita por cerros, quebradas, lagunas o casas deshabitadas donde el viento sopla fuerte están expuestas al mal de aire. Produce agotamiento, amortiguamiento del cuerpo y dolos en los brazos. Para tratar a este mal se recurre a la limpia con el cuy, soplar humo de cigarrillo, beber licor y rezos. Otros métodos como limpiar con ajíes y quemarlos, pasar sobre el cuerpo determinadas plantas medicinales, huevos, para prevenir que vuelva el mal de aire o le coja se recomienda ponerse una faja color rojo cuando se transita por lugares desolados.</p> <p>Espanto.- o susto enfermedad que ataca principalmente a los niños, en la percepción popular el espíritu del niño asustado se desprende del cuerpo provocándole una serie de síntomas como pérdida del apetito, saltos repentinos en la noche, llantos, el síntoma principal es considerado cuando se van secando y se van quedando flacos. El tratamiento es la limpia con el cuy o el huevo y de plantas medicinales tradicionales.</p> <p>Mal de ojo.- la mirada de ciertas personas transmite vibraciones o energías invisibles que original principalmente en los niños la enfermedad conocida como mal de ojo. El niño pierde el apetito, dolencias en el cuerpo, fiebre. La técnica más común para diagnosticar y tratar la enfermedad es la limpia con el huevo para prevención del mal de ojo se recomienda utilizar un cinta color rojo en la muñeca del niño, y de vez en cuando bañarlo en agua de flores.</p> <p>Arco iris.- cuando una persona atraviesa por una quebrada donde aparece el arco iris, por efectos del sol, tiene peligro contraer esta enfermedad. A la mujer le crece el vientre como si estuviera embarazada, y en muchos casos según la creencia queda en cinta posteriormente, los hombres pierden el apetito, sienten</p>	

<p>desánimo y sangran por la nariz. Para combatir este mal el curandero machaca las flores del sig sig, los cierne y mezclando esta esencia en agua tibia, le da de beber al paciente durante tres días.</p> <p>Mal hecho o brujería.- esta enfermedad consiste en la facultad que tienen algunos individuos de provocar conscientemente el mal sea a través de fórmulas mágicas o medios naturales. La brujería generalmente afecta el estado de ánimo del individuo haciéndolas vulnerables a otro tipo de males, el tratamiento consiste en limpias con diferentes métodos y en diferentes sesiones, además de ciertas esencias o perfumes para bañar al paciente. Se recomienda para evitar el brujeadado llevar ciertos amuletos preparados por el comunero.</p>
<p>Fecha o periodo: Continua</p>
<p>Soportes: “Hospital Andino Alternativo”, Riobamba</p>
<p>Importancia para la comunidad: Los tratamientos para este tipo de enfermedades con conocimientos tradiciones son muy acogida por alguna parte de los individuos, especialmente por parte de las localidades indígenas que aun las practican y las recomiendan debido a que sus conocimientos y usos relacionados con la naturaleza son efectivos.</p>
<p>Sensibilidad al cambio: Baja</p>
<p>Informantes:Mayacela, Juan. 47. Masculino. Cacha Machangara</p>
<p>ANEXOS</p>
<p>Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP</p>
<p>Video</p>
<p>Registro fotográfico:</p> <div data-bbox="512 1429 1193 1859" data-label="Image"> <p>The photograph captures a traditional healing or cleansing ritual. On the right, a man dressed in a vibrant red traditional Ecuadorian outfit, including a matching hat, is seen from the side. He is holding a bundle of dried plant material, likely the 'sig sig' mentioned in the text, and is performing a ritual on the back of another man. The second man, on the left, is shirtless and has his back to the camera. The setting appears to be an indoor space, possibly a clinic or a community center, with a simple wooden table visible in the background.</p> </div>
<p>DATOS DE REGISTRO</p>

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
Fecha de registro: 2013/02/15
Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

ii. Ceremonias andinas Cerro Puñay

  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: CHUNCHI	
Código: IM-06-05-54-000-13-000035	
Localidad: Cerro Puñay	
CoordenadasX: 731124	CoordenadasY: 97467397
Altitud: 3245	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Conocimientos y Usos relacionados con la Naturaleza y el Universo	Subámbito : Espacios simbólicos
Detalle del Sub ámbito: Sitios sagrados	
Denominación del bien: Ceremonias andinas/Cerro Puñay. Chunchi – Chimborazo	

DESCRIPCIÓN
<p>Reseña del bien:</p> <p>La ceremonia inicia en la base de la montaña, en la cual, se da apertura a la puerta espiritual del Kay Pacha (mundo de los vivos) para solicitar bendiciones al Padre del Universo, este rito se lo realiza con la ubicación de un altar provisto de los distintos objetos personales de cada Yachak, pero siempre con ofrendas como: chicha, incienso, agua, hojas de coca y maíz. Una vez culminado el ritual se elevan melodías entonadas por bocinas y se ingresa a la montaña.</p> <p>Durante el transcurso de la travesía, la ceremonia se enfoca en reconocer la importancia de los cuatro elementos vitales para la vida: agua, tierra, aire y fuego. Elementos que deben entrar en equilibrio en cada ser humano para poder abrir la segunda puerta espiritual del Hanan Pacha (mundo de las deidades). Si esta puerta es abierta se podrá sintonizar con el espíritu de la montaña y obtener el permiso respectivo para la realización de la ceremonia sobre las plataformas elípticas de la pirámide, las mismas que constituyen los altares sagrados para agradecer al “Dios Creador de la Vida”.</p> <p>El altar que se coloca sobre una de las elipses está demarcado por cuatro puertas que simbolizan: las cuatro direcciones del universo, los cuatro elementos y las cuatro leyes espirituales. En el interior se ubican ofrendas como: incienso, mirra, coca, maíz, tabaco, agua, chicha, etc.; instrumentos musicales: bocinas, churos, ocarinas, rondadores, tambores, pingullos, etc. ; y alimentos como: frutas, flores, papas, mote, tostado, ocas, mashuas, mellocos, etc.:</p> <p>En el medio del altar se prende el fuego, elemento sagrado que permite purificar el espíritu de las personas, como también permite visualizar al Yachak el desarrollo y estado de la ceremonia. Los contenidos de las ceremonias van a variar de acuerdo al motivo de la celebración y al espacio cósmico en el que se encuentre nuestro planeta Tierra.</p> <p>La vestimenta del Yachak debe ser siempre la de un ser de luz: bata o camisa y pantalón blanco, descalzo y con una túnica que representen su pureza ante Dios.</p> <p>Antes de terminar la ceremonia se recoge una parte de todas las ofrendas dispuestas en el altar para ir a enterrar en algún lugar de la pirámide esta ofrenda en símbolo de agradecimiento a la Pachamama, posteriormente entre todos se sirven los alimentos bendecidos y consagrados durante las ceremonia a todos los participantes</p>
<p>Fecha o periodo: Continua</p>
<p>Soportes: “GADM, Departamento de Turismo”, Chunchi</p>

<p>Importancia para la comunidad: Los tratamientos para este tipo de enfermedades con conocimientos tradiciones son muy acogida por alguna parte de los individuos, especialmente por parte de las localidades indígenas que aun las practican y las recomiendan debido a que sus conocimientos y usos relacionados con la naturaleza son efectivos.</p>
<p>Sensibilidad al cambio: Baja</p>
<p>Informantes: www.inti.1979.blog.com</p>
<p>ANEXOS</p>
<p>Referencias bibliográficas:</p>
<p>Video</p>
<p>Registro fotográfico:</p> <div data-bbox="614 869 1078 1245" data-label="Image"> </div>
<p>DATOS DE REGISTRO</p>
<p>Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.</p>
<p>Fecha de registro: 2013/02/15</p>
<p>Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.</p>
<p>Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.</p>

5. Técnicas artesanales tradicionales

jj. Tejido de bayetas, ponchos, anacos, fajas Cacha

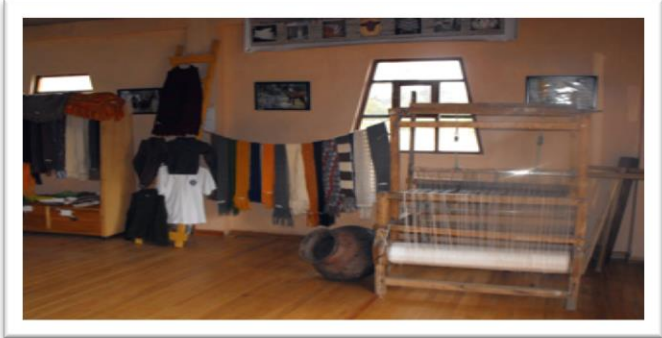
  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: RIOBAMBA	
Código: IM-06-01-51-000-13-000036	
Localidad: Cacha Machangara	
CoordenadasX: 759966	CoordenadasY: 98159066
Altitud: 3117	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL – KICHWA
Ámbito: Técnicas Artesanales Tradicionales	Subámbito :Técnicas Artesanales Tradicionales
Detalle del Sub ámbito: Textilería	
Denominación del bien: Tejido de bayetas, ponchos, anacos, fajas. Cacha – Chimborazo	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>Los ponchos, bayetas y anacos se tejen con lana gruesa de borrego, luego de un largo tratamiento del material que involucraba: el lavado de lana de borrego en vertientes naturales de agua aunque en la actualidad se hace en tinas grandes llenas de agua, el escarmenado o apertura de hilos, el teñido en pailas, mediante el empleo de tintes naturales como el tocte y el hilado en tornos de madera o</p>	

<p>husos. Proceso que realizan hombres y mujeres mientras que el tejido solo lo realizan los hombres en pequeños telares de cintura. Las fajas también se fabrican bajo el mismo proceso de tratamiento de la materia prima, para el teñido se utilizan colores más encendidos como el fucsia, morado, azul, turquesa, amarillo y rojo. Las fajas las tejen las mujeres las cuales utilizan pequeños palitos a modo de diminuto telar.</p>
<p>Fecha o periodo: Continua</p>
<p>Soportes: “Centro Turístico, Pucara Tambo”, Cacha</p>
<p>Importancia para la comunidad: Estas indumentarias constituyen elementos distintivos de la población indígena de Chimborazo. Como también dinamizan la economía la un sector de la población ya que dichos elementos artesanales son expendidos en algunos lugares de la provincia y país.</p>
<p>Sensibilidad al cambio: Baja</p>
<p>Informantes: Mayacela, Juan. 47. Masculino. Riobamba/Arrieta, Modesto. 87. Masculino. Riobamba</p>
<p>ANEXOS</p>
<p>Referencias bibliográficas:La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002</p>
<p>Video</p>
<p>Registro fotográfico:</p> <div data-bbox="501 1283 1190 1659" data-label="Image"> </div>
<p>DATOS DE REGISTRO</p>
<p>Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.</p>
<p>Fecha de registro: 2013/01/28</p>
<p>Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.</p>

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

kk. Tejido con lana de llama y alpaca. Palacio Real

  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: RIOBAMBA	
Código: IM-06-01-52-000-13-000037	
Localidad: COMUNIDAD PALACIO REAL	
CoordenadasX: 761682	CoordenadasY: 98148721
Altitud: 3200	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Técnicas Artesanales Tradicionales	Subámbito : Técnicas Artesanales Tradicionales
Detalle del Sub ámbito: Textilería	
Denominación del bien: Tejido con lana de llama y alpaca. Palacio Real – Chimborazo	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>La comunidad de Palacio Real es una comunidad indígena perteneciente a la parroquia Santiago de Calpi, cantón Riobamba, sus pobladores se dedican a la agricultura y ganadería, así como en la actualidad a la crianza de camélidos andinos especialmente la llama siendo el recurso principal para el desarrollo de la</p>	

<p>zona. También se dedican a la hilandería y a la confección de artesanías. En la hilandería realizan el proceso de transformación de la fibra de la llama y de alpaca para la obtención de hilos la misma que es utilizada por la mujeres de la comunidad para la elaboración de prendas de vestir.</p> <p>Con la fibra de los camélidos la organización de mujeres “nuevo milenio” confecciona artesanías en diferentes tamaños, colores y modelos. Además en la actualidad están trabajando n el aprovechamiento del cuero para la elaboración también de artesanías.</p>
<p>Fecha o periodo: Continua</p>
<p>Soportes: “Centro Turístico, Palacio Real”, Calpi</p>
<p>Importancia para la comunidad: La crianza de los camélidos como es la llama es el principal recurso para el desarrollo del turismo en la zona. siendo también su fibra de lana la principal materia prima para la elaboración de artesanías en cuando a prendas de vestir se refiere.</p>
<p>Sensibilidad al cambio: Baja</p>
<p>Informantes: Toyupanda, Margarita. 35. Femenino. Palacio Real/Calpi</p>
<p>ANEXOS</p>
<p>Referencias bibliográficas:</p>
<p>Video</p>
<p>Registro fotográfico:</p> <div style="text-align: center;">  </div>
<p>DATOS DE REGISTRO</p>
<p>Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.</p>
<p>Fecha de registro: 2013/02/20</p>
<p>Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.</p>

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

II. Artesanías de cabuya

  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: ALAUSI	
Código: IM-06-02-50-000-13-000038	
Localidad: Nizag	
CoordenadasX:	CoordenadasY:
Altitud: 2718	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL – KICHWA
Ámbito: Técnicas Artesanales Tradicionales	Subámbito : Técnicas Artesanales Tradicionales
Detalle del Sub ámbito: Textilería	
Denominación del bien: Artesanías de cabuya	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>El uso de la cabuya para la artesanía tuvo lugar en la época de la colonia, mediante la utilización de los telares. La elaboración se empieza con el tratamiento de la materia prima, la cabuya es cortada y depositada en ceniza por un tiempo determinado o se la coloca en los caminos con la finalidad de quienes transiten por las sendas la apisonen y quede totalmente seca para posteriormente</p>	

deshilarla.

El tinturado de la fibra se hace a través de la cocción, se hierve la cabuya con anilina por un lapso de dos horas. El telar que se utiliza para esta artesanía es de madera el cual se amarra con sogas de cabuya, el arde del hilo de cabuya es colocado en el telar y se lo tensa hasta que cruce los dedos.

Con la fibra de la cabuya se realizan diversas artesanías como:

ARTESANIA	CANTON	LOCALIDAD
- Alfombras y rodapiés	- Guano	- San Andrés – Comunidad San Gregorio de Yuigan
- Mantas	- Guano	- Santa Teresita
- Hamacas	- Guano	- Parroquia la Matriz
- Shigras	- Alausi	- Nizag
- Apargatas	- Riobamba	- Cubijies

Fecha o periodo: Continua

Soportes:

Importancia para la comunidad: Estas artesanías son utilizadas en los hogares como objetos de decoración debido a que son muy llamativos en sus colores, son resistentes y durables debido al material que utilizan para sí confección. Actividad que incentiva en si la dinamización económica familiar de algún sector de la familia

Sensibilidad al cambio: Baja

Informantes: Luna, Carlos. 47. Masculino. Alausí

ANEXOS

Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002

Video

Registro fotográfico:


DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fecha de registro: 2013/02/20

Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

mm. Alfombras. Guano


ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO
INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES

DATOS DE UBICACIÓN
Provincia: CHIMBORAZO

Cantón: GUANO

Código: IM-06-07-50-000-13-000039

Localidad: BARRIO LA MATRIZ

CoordenadasX: 763542

CoordenadasY: 98221708

Altitud: 2728

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Técnicas Artesanales Tradicionales	Subámbito : Técnicas Artesanales Tradicionales
Detalle del Sub ámbito: Textilería	
Denominación del bien: Alfombras. Guano – Chimborazo	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>La materia prima es decir la lana de oveja se adquiere en el mercado de Guamote o Santa Rosa en Riobamba para, posteriormente proceder a desengrasarla en calderos grandes, utilizando detergente, y a lavarla en tinas grandes de agua, colocando el material en una canasta la cual la utilizaban como cernidero para evitar que esta se resbale. Una vez lavada la lana se tiende al sol hasta que se seque y se coloca posteriormente en un cordel para proceder al hilado y a la clasificación de los hilos, los más blancos que serán utilizados al natural y los más oscuros que serán teñidos con colorantes químicos. Con el material procesado se inicia el tejido de las alfombras, utilizando telares de madera en donde se templean los hilos para trabajar de acuerdo al diseño que se desee obtener, en este proceso se utiliza solamente las manos y un pequeño objeto para cortar las hebras y un golpeador de madera que se utiliza para asentar cada hebra de lana.</p>	
Fecha o periodo: Continua	
Soportes: “GADM, Unidad de Turismo”, Guano	
Importancia para la comunidad: Tradición artesanal transmitida de generación en generación que incentiva la economía local de los individuos.	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Moreno, Mario, 52. Masculino. Riobamba	
ANEXOS	
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002	
Video	
Registro fotográfico:	



DATOS DE REGISTRO

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fecha de registro: 2013/02/15

Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

nn.Artesanías en totora. Colta



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO
INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES

DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: CHIMBORAZO

Cantón: COLTA

Código: IM-06-03-54-000-13-000040

Localidad: SANTIAGO DE QUITO

CoordenadasX: 750319

CoordenadasY: 98082652

Altitud: 3300

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL – KICHWA
Ámbito: Técnicas Artesanales Tradicionales	Subámbito : Técnicas Artesanales Tradicionales
Detalle del Sub ámbito: Cestería	
Denominación del bien: Artesanía en totora. Colta – Chimborazo	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien: La totora es una de los productos que se extrae de la laguna de Colta. La labor de extracción de la totora se efectúa cuando la laguna crece empleando para ello una balsa que les permite movilizarse a sus respectivos lotes (cada uno dueño de un solar de doce metros cuadrados), luego proceden a cortar la totora para secarla al solo por un lapso de quince días, si llovía la guardan para evitar la putrefacción o amarillamiento. Una vez seca la totora se la divide en hebras, de acuerdo a la estera o artesanía a elaborarse, se precede entonces al tejido de la artesanía.	
Fecha o periodo: Continua	
Soportes: “Asociación de Comerciantes sector Balbanera”, Colta	
Importancia para la comunidad: Tradición artesanal transmitida de generación en generación que incentiva la economía local de los individuos.	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Muyulema, Pedro. 45. Masculino. Santiago de Quito/Colta	
ANEXOS	
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002	
Video	
Registro fotográfico:	



DATOS DE REGISTRO

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fecha de registro: 2013/01/15

Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

oo.Artesanías en paja de páramo



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO
INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES

DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: CHIMBORAZO

Cantón: CHUNCHI

Código: IM-06-05-53-000-13-000041

Localidad: GONZOL

CoordenadasX: 731124

CoordenadasY: 97467367

Altitud: 3120

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Técnicas Artesanales Tradicionales	Subámbito : Técnicas Artesanales Tradicionales
Detalle del Sub ámbito: Cestería	
Denominación del bien: Artesanía en paja de páramo. Gonzol – Chimborazo	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>La paja de páramo también es empleada para la fabricación de recipientes utilitarios, algunas mujeres de los sectores del páramo tuvieron la iniciativa de elaborar con este material objetos decorativos es así que en Cebadas se utiliza la fibra para la fabricación de canastas; y en Gonzol para el tejido de sombreros, floreros, paneras, pongos y mochilas. Por lo general las mujeres suben a los cerros para extraer la paja que crece en forma silvestre, escogiendo las matas más altas, delgadas y finas, posteriormente proceden a cortar las enzimas secas que recubren la paja, y al colocan en un cuarto oscuro hasta que la paja este completamente seca. No se pone al sol debido a que esto provoca que la paja se amarille. Con la paja procesada las artesanas proceden a formar un conjunto de hebras de 10 a 15 pajas cada una, para proceder al tejido de los diseños requeridos. El tejido consiste en unir las hebras con hilo de cabuya hasta formar el producto deseado.</p>	
Fecha o periodo: Continua	
Soportes: “Asociación de mujeres productoras Nueva Esperanza”, Gonzol	
Importancia para la comunidad: Tradición artesanal adoptada para la incrementación de incentivos económicos para las familias locales del sector. En la actualidad la utilización de la paja de paramo para la elaboración de artesanías se ha incrementado debido al fortalecimiento que han tenido los artesanos por algunas instituciones.	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Quinzo, Esperanza, 47. Femenino. Gonzol	
ANEXOS	
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002	
Video	

Registro fotográfico:**DATOS DE REGISTRO**



Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fecha de registro: 2013/01/23

Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

pp.Artesanías en cuero. Guano

  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: GUANO	
Código: IM-06-07-50-000-13-000042	
Localidad: BARRIO CENTRAL	
CoordenadasX: 763542	CoordenadasY: 98221708
Altitud: 2728	

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Técnicas Artesanales Tradicionales	Subámbito : Técnicas Artesanales Tradicionales
Detalle del Sub ámbito: Textilería	
Denominación del bien: Artesanía en cuero. Guano – Chimborazo	
DESCRIPCIÓN	
<p>Reseña del bien:</p> <p>Se emprende esta artesanía, en Guano desde la década del siglo XIX, el tratamiento del cuero se efectúa en un amplio espacio físico con tecnología adaptada. Se trata de un proceso químico que involucra los siguientes pasos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lavado y remojo.- se coloca el cuero en un tanque grande lleno de agua sal, eliminando así los residuos de sangre impregnados en el cuero. - Pelambre.- eliminación del pelo del cuero en bombos grandes llenos de agua, sulfuro de sodio y cal. Proceso físico – químico que funciona por efecto de cilindros mecánicos que remueven el cuero en el interior. - Descarnado.- eliminación física de restos de carne utilizando manualmente una cuchilla. - Dividido.- partes gruesas del cuero que queda cuando este ha sido pelado, esto permite igualar el espesor del material. - Curtido del cuero.- comprende el desencalado en un cilindro grande que permite, a través de la acción del sulfato de amonio eliminar la cal; el piquelado o adición de ácido fórmico o sulfúrico; el curtido propiamente dicho en donde se añade sulfato de cromo para conservar el material, y la neutralizada a fin de regular el Ph(acidez) del cuero a un determinado valor. - Rebajado.- espesor exacto del cuero que se utilizará para a elaboración de determinado artículo, con la utilización de una maquina especial. - Recurtido.- empleando químicos específicos que permiten obtener la consistencia deseada. - Teñido.- en cilindros mecánicos llenos de agua hirviendo y anilinas especiales que permitirán dar el color deseado al material. - Engrase.- adición de grasas específicas para lograr que el cuero se suavice y sea un poco más elástico. - Secado.- o tendido de cuero en cordeles ubicados bajo techo. - Estacado o templado.- utilizando pinzas y estacas, a fin que la fibra de cuero se abra y de la apariencia de estar planchado. - Acabado.- comprende la colocación de pinturas o grasas para recubrir e igualar la apariencia del cuero. <p>El proceso de curtiembre dura aproximadamente quince días, se procede a elaborar los patrones, diseños y plantillas, tomando como referencia modelos de revistas o catálogos de moda.</p>	

Fecha o periodo: Continua
Soportes: “GADM, Unidad de Turismo”, Guano
Importancia para la comunidad: Tradición artesanal en donde dinamiza la economía local y de algunos sectores y familias vinculadas con la producción de esta artesanía, en donde los turistas admiran estas prendas su elaboración, incentivándolos a su compra.
Sensibilidad al cambio: Baja
Informantes: Moreno, Mario. 52. Masculino. Riobamba
ANEXOS
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002
Video
Registro fotográfico:



DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
Fecha de registro: 2013/02/15
Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

qq.Artesanías en bronce. Licán

  <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: RIOBAMBA	
Código: IM-06-01-55-000-13-000044	
Localidad: Parroquia Licán	
CoordenadasX: 760179	CoordenadasY: 98154700
Altitud: 3051	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Técnicas Artesanales Tradicionales	Subámbito : Técnicas Artesanales Tradicionales
Detalle del Sub ámbito: Orfebrería	
Denominación del bien: Artesanías en Bronce. Licán – Chimborazo	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>Primero se realiza el reciclaje de la materia prima, posteriormente se realizan los moldes a base de arena, luego se vierte el bronce líquido y dejan secar al calor y finalmente pulen cada una de las piezas dándoles decoraciones llamativas. Son tradicionales las campanas de bronce que son muy cotizadas. Todo este proceso dura aproximadamente 15 días</p>	
Fecha o periodo: Continua	
Soportes: “Junta Parroquial”, Licán	

Importancia para la comunidad: Es una actividad artesanal económica familiar, donde elaboran piezas de bronce con diferentes formas según el pedido del cliente.
Sensibilidad al cambio: Baja
Informantes: Ruiz, Miguel. 73. Masculino. Licán
ANEXOS
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002
Video
Registro fotográfico: 
DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
Fecha de registro: 2013/02/17
Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

rr. Artesanías en tagua


 	<p>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>
---	--

DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: RIOBAMBA	
Código: IM-06-01-04-000-13-000045	
Localidad: Barrio San Francisco	
CoordenadasX: 761633	CoordenadasY: 98146157
Altitud: 2764	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Técnicas Artesanales Tradicionales	Subámbito : Técnicas Artesanales Tradicionales
Detalle del Sub ámbito: Artesanías en semilla	
Denominación del bien: Artesanías de tagua. Riobamba – Chimborazo	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>La pepa de tagua fresca adquirida en Bucay o Esmeraldas, se le seca al sol durante dos o tres meses que quede en condiciones de ser maniobrada, con la ayuda de tornos, pulidoras, lijadoras eléctricas, se perfilan los diseños deseados, finalmente mediante procesos sucesivos de pulimientos, en máquinas especiales para el efecto se dan los acabados finales. En caso de requerir miniaturas a color se las pinta con acuarelas o se las fríe con aceite hirviendo en olla de presión para obtener un tono natural de café.</p>	
Fecha o periodo: Continua	
Soportes:	
Importancia para la comunidad: Artesanías llamativas por su decoración y por su fabricación. Las mismas que llaman la atención de los turistas que visitan la ciudad. También es común su comercialización bajo pedidos para otras ciudades. Por lo general cada taller posee su propia tienda para la comercialización de estas artesanías	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Espinoza, Aurelio. 56. Masculino. Riobamba	

ANEXOS
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002
Video
Registro fotográfico:

DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
Fecha de registro: 2013/02/17
Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

ss. Artesanías en piedra

 <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES</p>
DATOS DE UBICACIÓN
Provincia: CHIMBORAZO
Cantón: GUANO
Código: IM-06-07-54-000-13-000046

Localidad: SAN PABLO	
CoordenadasX: 763542	CoordenadasY: 98221708
Altitud: 3730	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Técnicas Artesanales Tradicionales	Subámbito : Técnicas Artesanales Tradicionales
Detalle del Sub ámbito: Otros	
Denominación del bien: Artesanías en piedra. San Pablo – Chimborazo	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>Para la fabricación de estos objetos los artesanos utilizan preferentemente la materia prima extraída del Arenal: piedras blancas no tan duras, de tamaño regular, ofertadas por los mineros del lugar, utilizando cinceles el artesano dibuja sobre el material, previamente cortado con una amoladora, las figuras requeridas (vírgenes, ángeles, piletas), dependiendo de su imaginación o de las nuevas tendencias aprendidas. Así podrá modelar la artesanía mediante el empleo de martillos, combos, esmeriles, requiriéndose para el efecto un lapso de una semana.</p>	
Fecha o periodo: Continua	
Soportes: “Asociación de Picapedreros”, San Pablo	
Importancia para la comunidad: Tradición artesanal adoptada para la incrementación de incentivos económicos para las familias locales del sector, ya que el movimiento comercial de las mismas es bastante regular teniendo como principales compradores los intermediarios de las ciudades de Ambato, Quito, Guayaquil y Riobamba, así como turistas extranjeros que adquieren las artesanías mediante pedidos.	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Perez, Manuel, 49. Masculino. San Pablo	
ANEXOS	
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002	
Video	

Registro fotográfico:**DATOS DE REGISTRO**

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fecha de registro: 2013/02/18

Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

tt. Artesanías con hoja de maíz

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO
INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES**

DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: CHIMBORAZO

Cantón: RIOBAMBA

Código: IM-06-01-04-000-13-000047

Localidad: San Francisco

CoordenadasX: 761633

CoordenadasY: 98146157

Altitud: 2754

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Técnicas Artesanales Tradicionales	Subámbito : Técnicas Artesanales Tradicionales
Detalle del Sub ámbito: Otros	
Denominación del bien: Artesanías en hoja de maíz. Riobamba – Chimborazo	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>Las hojas de maíz compradas en los diferentes mercados, se procesan con glicerina, formol y ácido acético, estos ingredientes permiten mantener a la hoja suave, posteriormente teniendo cuidado de exponerla la hoja al sol o a la excesiva humedad se las cocina con colorante natural y se las deja secar, dependiendo de la habilidad y la técnica del artesano se elaboran con la hojas muñecas indígenas, cristos, nacimientos. En donde el artesano deja volar su imaginación.</p>	
Fecha o periodo: Continua	
Soportes:	
<p>Importancia para la comunidad: La venta de estas artesanías dinamiza la economía de cierto sector de la localidad. Es una actividad familiar. La venta de esta artesanía en su mayoría se realiza mediante pedidos por parte de intermediarios que los colocan en los almacenes de Riobamba, también son comercializados en centros de exposiciones organizados en Quito o Cuenca.</p>	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Espinoza, Aurelio. 56. Masculino. Riobamba	
ANEXOS	
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP. 2002	
Video	
Registro fotográfico:	




DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Fecha de registro: 2013/02/17

Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.

Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

uu.Artesanías en barro

  <p style="text-align: center;"> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO INVENTARIO DE BIENES CULTURALES INMATERIALES </p>	
DATOS DE UBICACIÓN	
Provincia: CHIMBORAZO	
Cantón: RIOBAMBA	
Código: IM-06-01-58-000-13-000048	
Localidad: Comunidad Sigilan – Punín	
CoordenadasX: 760874	CoordenadasY: 98048150
Altitud: 2822	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	

Comunidad: MESTIZA	Lengua: ESPAÑOL
Ámbito: Técnicas Artesanales Tradicionales	Subámbito : Técnicas Artesanales Tradicionales
Detalle del Sub ámbito: Alfarería	
Denominación del bien: Artesanías en barro. Riobamba – Chimborazo	
DESCRIPCIÓN	
Reseña del bien:	
<p>La materia prima para la elaboración de esta artesanía es la tierra – arcilla que se extraía de los cerros aledaños, antes se arrendaba una cuadra de terreno de donde se podía sacar la tierra que se quisiera, ahora se compra por sacos los cuales tienen un valor de \$ 1. La técnica empleada es la de doble molde que consiste en formar una especie de tortilla de barro, utilizando una piedra plana para posteriormente colocarla sobre un molde – soporte, que se asienta sobre una especie de arena fabricada de la trituración de tiestos ya quemados, el alfarero se sienta en el suelo con las piernas cruzadas, y con sus manos da forma a la pieza, girando el molde soporte con el dedo gordo de su pie derecho, culminado este proceso alisa los moldes un trapo húmedo.</p> <p>La pieza moldeada se deja endurecer lo suficiente para extraerla del molde y se seca al sol, se procede a aplicar sobre ellas un engobe compuesto por arcilla roja y agua, para luego bruñirlas con una piedra o asa de vidrio hasta lograr que su superficie quede roja, brillante y lisa.</p> <p>Tradicionalmente en Siguilán los alfareros hacen sus quemados en una especie de cuartos que se escavan en las laderas de los cerros, desde horas de la tarde hasta la noche, al día siguiente empaquetan las piezas en para llevarlas a Riobamba al intermediario</p> <p>Las piezas que se fabrican son: ponedos, tiestos, platos, floreros y ollas de barro.</p>	
Fecha o periodo: Continua	
Soportes: “Infocentro, Junta Parroquial”, Punín	
Importancia para la comunidad: Esta labor se efectúa como complemento de las actividades agrícolas en talleres instalados al interior de los hogares	
Sensibilidad al cambio: Baja	
Informantes: Saigua, Enrique. 50. Masculino. Riobamba	
ANEXOS	
Referencias bibliográficas: La Cultura Popular del Ecuador, Tomo X, CIDAP.	

2002
Video
Registro fotográfico: 
DATOS DE REGISTRO
Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
Fecha de registro: 2013/02/14
Registrado por: Lliquín Ausay, Jose Armando.
Revisado por: Ing. Christiam Aguirre, Ing. Andrea Guadalupe.

B. ESTUDIO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

1. Análisis de oferta

a. Análisis de los atractivos turísticos de la provincia de Chimborazo

Cuadro 1. Atractivos turísticos de la provincia de Chimborazo

ATRATIVOS TURISTICOS DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO					
NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA	ATRATIVOS INDIVIDUALES
CANTÓN SAN PEDRO DE ALAUSI					
Centro histórico urbano de Alausí	Manifestaciones culturales	Histórica	Arquitectura	II	Centro colonial
					Monumento a San Pedro
					Parques y jardines
					Estación del tren
Centro histórico de Huigra	Manifestaciones culturales	Histórica	Arquitectura	II	Parque Eloy Alfaro
					Estación del tren
					Gruta de la Virgen de Lourdes
Comunidades indígenas	Manifestaciones culturales	Etnografía	Grupo étnico kichwas de la Sierra	II	Proyecto Nizag
					Proyecto Achupallas
					Corporación Zula
Camino del Inca	Manifestaciones culturales	Histórica	Sitios	III	Laguna de tres cruces

			Arqueológicos		Montículo de tres cruces
					Mirador cuchilla de tres cruces
					Ojo de Rumiñahui (formación geológica)
					Laguna de Sonzaguin
					Cascada de Espindola
					Planicie de Chacapamba
					Laguna de Mapaguiña
Complejo lacustre Ozogoche	Sitios naturales	Ambiente lacustre	Lagunas	III	Comunidades indígenas
					Cerro Soroche
					Macizo Ayapungo (montaña)
					Guaca Yanacaca (Cueva)
					Mirador Pucatio
					Chorrera Sagrada
					Padre Rumi (formación rocosa)
Cujitambo Pucará					
Nariz del Diablo	Sitios naturales	Montaña	Cordillera	III	Aspectos intangibles (Descenso, Cambio de Clima)
Conchas petrificada de Chicho Negro	Sitios naturales	Restos prehistóricos	Fósiles petrificados	III	
Cascadas de Huigra	Sitios naturales	Ríos	Cascada	II	Cascada de rio Panamá
					Cascada del rio Angas
					Cascada de Pailahuaico
CANTÓN COLTA					

Páramos de Colta	Sitios naturales	Bosques	Páramo	II	
Laguna de Yerba Buena	Sitios naturales	Ambiente lacustre	Lago	II	Bosque andino primario
Archibasílica de Nuestra Señora de las Nieves	Manifestaciones culturales	Histórica	Arquitectura religiosa	II	Catatumbas
Museo histórico	Manifestaciones culturales	Histórica	Museo colonial	II	Salas de testimonios (fotografías, actas)
Feria de Colta	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Feria	II	
Iglesia de Balbanera	Manifestaciones culturales	Histórica	Arquitectura religiosa	III	Virgen Natividad de Balbanera Plaza cultural
Laguna de Colta	Sitios naturales	Ambiente lacustre	Laguna	II	
Ruinas de San Francisco	Manifestaciones culturales	Históricas	Sitios arqueológicos	II	
Artesanías	Manifestaciones culturales	Etnografía	Artesanías	II	
Fiestas populares	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas Carnaval	II	
CANTÓN CUMANDA					
Fiestas y celebraciones religiosas	Manifestaciones culturales	Manifestaciones religiosas, tradicionales y creencias	Fiestas y celebraciones religiosas	II	Semana santa Fiestas en los recintos Fiestas de cantonización
Gastronomía	Manifestaciones culturales	Etnografía	Comidas y bebidas típicas	II	Carne colorada Caldo de manguera Panela

					Guarapo
					Agua ardiente
Piedras talladas	Manifestaciones culturales	Históricas	Objetos arqueológicos	II	
Bosque protector Chilacay	Sitios naturales	Bosque	Bosque húmedo occidental	II	
Ríos de Cumandá	Sitios naturales	Ríos	Rápidos raudales	II	Río Chimbo
					Río Blanco
					Río Chanchán
					Río La Lucia
Poza de Santa Rosa	Sitios naturales	Ambiente lacustre	Poza	II	
CANTÓN CHAMBO					
Iglesia Matriz	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura religiosa	I	Parque Central
					Iglesia Matriz
Santuario de Catequilla	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura religiosa	II	
Aguas termales de Aguallanchi	Sitios naturales	Aguas subterráneas	Aguas termales	II	Piscinas
					Senderos
					Río Timbul
Laguna de Rocón	Sitios naturales	Ambiente lacustre	laguna	II	
Bosque primario Leonán de LLucud	Sitios naturales	Bosque	Páramo	II	Laguna de Parvas
					Mirador pajonal
					Monte Leonán sector la Mira (mirador)
					Parvas Machay (cueva)

					Sector Tzilictiaco (piedras)
Los Cubillines	Sitios naturales	Montaña	Alta montaña	II	El Cubillín
					Laguna de Congoche
					Las minas
					Bosque de Pucutud
					El Quilimas
Shamanismo – medicina tradicional	Manifestaciones culturales	Etnografía	Shamanismo	II	Ritos de los shamanes
Producción agrícola	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnica y científicas	Explotaciones agropecuarias	II	
CANTÓN CHUNCHI					
Cerro Puñay	Sitios naturales	Montaña	Cordillera	II	Leyenda
Valles subtropicales	Sitios naturales	Planicie	Valle	II	Edificación arqueológica
					Las fincas de Armenia
					Remantes de bosque en la playa del río Armenia
					Piñancay (zona agrícola)
					Valle de Chanchán
Valle Picay	Sitios naturales	Planicie	Valle	II	La gruta de la Virgen de Agua Santa
Zona Charrón – Launag	Manifestaciones culturales	Históricas	Sectores	II	Folklore de la Comunidad Launag

					Padre urcu (formación rocosa)
					Cerro Yanachi
					Hacienda Charron
Tradiciones y creencias populares	Manifestaciones culturales	Etnografía	Grupo étnico blanco mestizo	II	Gastronomía
					Ferias
					Folklore
					Estación de ferrocarril
CANTÓN GUAMOTE					
Feria de Guamote	Manifestaciones culturales	Etnografía	Ferias y mercados	III	
Gastronomía	Manifestaciones culturales	Etnografía	Comidas y bebidas típicas	II	
Comunidades indígenas	Manifestaciones culturales	Etnografía	Grupo étnico Kichwas de la Sierra	II	
Carnaval de Guamote	Manifestaciones culturales	Acontecimientos o programados	Fiestas carnavales	III	
Mirador natural	Sitios naturales	Montaña	Colina	I	
Hacienda Totorillas	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura civil	II	
Páramo de arena	Sitios naturales	Desiertos	De interior	II	Santuario del señor de la Misericordia
					Quebrada de aguas curativas de Pallayacu
Parque Nacional Sangay	Sitios naturales	Sistema de áreas protegidas	Parque nacional	IV	Laguna de Atillo
					Laguna de Cuyuc
					Laguna Negra
Estación de Guamote	Manifestaciones culturales	Histórica	Arquitectura civil	II	

CANTÓN GUANO					
Colina de Lluishi	Sitio natural	Montañas	Colina	II	Gruta de la Virgen del Carmen
					Petroglifos y monolitos
					Casa de don Marcos Montalvo
					Tarabita
Ruinas del Monasterio de la Asunción	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura religiosa	II	
Museo de Guano	Manifestaciones culturales	Históricas	Museos	II	
Laguna de Langos o Valle Hermoso	Sitios naturales	Ambiente lacustre	Laguna	II	
Artesanías	Manifestaciones culturales	Etnografía	Artesanías en cuero – tejidos	II	
Gastronomía	Manifestaciones culturales	Etnografía	Comida y bebidas típicas	II	
Tallados en piedra	Manifestaciones culturales	Etnografía	Artesanías en piedra	II	
Reserva de producción faunística Chimborazo	Sitios naturales	Sistema de áreas protegidas	Reserva de producción faunística	IV	Nevado Chimborazo
					Nevado Carihuairazo
					Hielero de Chimborazo
					Templo Machay
					Cuartel Huayco
					Comunidades indígenas
					Glaciar Teodoro Wolf
					El encañonada de Abraspungo
El páramo del cóndor Samana					
Estación Urbina	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura civil	II	

CANTÓN PALLATANGA					
Cascada de San Jorge	Sitios naturales	Ríos	Cascadas	II	Comunidad de San Jorge
Cascada de Sillagoto	Sitios naturales	Ríos	Cascadas	II	
Rio Salsipuedes	Sitios naturales	Ríos	Rápidos y raudales	II	Encañonado del puente Cornelio Dávalos
Miradores de Pallatanga	Sitios naturales	Montaña	Colina	II	
Bosque primario Balazul	Sitios naturales	Bosque	Montano bajo occidental	II	
Ruinas de Palihuaico	Manifestaciones culturales	Histórica	Sitio arqueológico	II	
Festividades del cantón	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II	Gastronomía
					Juegos populares
					Bandas de pueblo
CANTÓN PENIPE					
Nevado el Altar	Sitios naturales	Montañas	Glaciares	III	Mirador de Collanes
					Cueva Rayo Machay
					Sistema lacustre el Altar
Volcán Tungurahua	Sitios naturales	Montañas	Volcanes	III	
Aguas termales de Palitahua	Sitios naturales	Aguas subterráneas	Aguas termales	II	Fuente de agua mineral
					Ojo del fantasma (cueva)
Ríos de Penipe	Sitios naturales	Ríos	Rápidos y raudales	II	Rio Puela
					Rio siete vueltas
					Rio Naranjal
Comunidades indígenas	Manifestaciones culturales	Etnografía	Grupo étnico kichwa de la Sierra	II	Utuñaag
					Candelaria

CANTÓN SAN PEDRO DE RIOBAMBA					
Iglesias de la Ciudad de Riobamba	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura religiosas	II	La Catedral
					Iglesia de San Antonio
					La Basílica del Sagrado Corazón de Jesús
					Iglesia La Concepción
					Iglesia de San Alfonso
					Iglesia de la Merced
Parques de la Ciudad de Riobamba	Manifestaciones culturales	Realizaciones artísticas contemporáneas	Parques	II	Parque Maldonado
					Parque Sucre
					Parque 21 de Abril
					Parque Guayaquil
					Parque lineal Chibunga
					Parque la Libertad
					Paseo del Puruha
Edificaciones históricas de Riobamba	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura civil	III	Edificio del palacio municipal
					Edificio de la gobernación
					Edificio del SRI
					Casa de la independencia
					Edificio del correo
					Edificio del colegio Pedro Vicente Maldonado
					Teatro León
					La casa Bolívar

					El reloj de Lara
					La casa Calero
					Estación del ferrocarril
					Estadio olímpico
					Plaza de toros Raúl Dávalos
Museos	Manifestaciones culturales	Históricas	Museos	III	Museo del convento de la Concepción
					Museo antropológico del Banco Central
					Museo arqueológico Paquita Jaramillo
					Museo paleontológico de Punín
					Museo particular Córdova Román
					Museo de piedra de la Catedral
					Museo de la ciudad
Museo didáctico de ciencias naturales del colegio Maldonado					
Plazas ferias y mercados	Manifestaciones culturales	Etnografía	Ferias y mercados	II	Plaza de la Concepción
					Plaza de la Condamine
					Mercado Santa Rosa
					Mercado la Merced
					Feria de Tzalarón
Gastronomía	Manifestaciones culturales	Etnografía	Comida y bebidas típicas	II	Dulces
					Platos
					Bebidas
Artesanías	Manifestaciones culturales	Etnografía	Artesanías	II	Bronce
					Tagua
					Tejidos

Viaje en tren	Manifestaciones culturales	Histórica	Arquitectura civil	IV	
Parroquia Cacha	Manifestaciones culturales	Etnografía	Grupo étnico kiwcha de la sierra	II	Feria y artesanías
					Centro cultural Pucara Tambo

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Sierra Centro
Elaborado por: José Liquín

Análisis: Después de haber recopilado la información del inventario de atractivos turísticos de la provincia de Chimborazo según la metodología de MINTUR 2004 se determinó que en la provincia de existen un total de 75 atractivos turísticos inventariados los mismos que están distribuidos de la siguiente manera por cantones, cabe indicar que el inventario del cual se recopiló la información necesaria se encuentra desactualizado.

Alausí, cuenta con 8 atractivos turísticos de los cuales 4 son de categoría Manifestaciones culturales, que de acuerdo a su clasificación 3 son de tipo históricos y 1 de tipo etnografía; donde 1 es de categoría III del subtipo sitios arqueológicos; 2 de categoría II del subtipo arquitectura y 1 con categoría II del subtipo grupos étnicos kichwas de la sierra; de igual manera existen 4 atractivos de categoría sitios naturales, de los cuales 1 es del tipo ambiente lacustre subtipo lagunas con categoría III, 1 del tipo montaña subtipo cordillera con categoría III, 1 del tipo restos prehistóricos subtipo fósiles petrificados con categoría tres y 1 del tipo ríos subtipo cascada con categoría II. Los mismos que cada atractivo turístico cuenta con atractivos individuales constatando un total de 31 atractivos turísticos representativos en la zona.

En cuanto a accesibilidad el cantón cuenta dos vías principales de acceso la vía Panamericana, que pasa por el lado este, o parte alta de la ciudad, Otra vía de carácter expreso es la que comunica con las parroquias de Sibambe y Huigra. La red se complementa con vías secundarias, así como caminos de herradura para acceder a varios lugares; en cuanto a servicios básicos cuenta con los principales servicios, alcantarillado, alumbrado público, agua potable, energía eléctrica.

Colta: Cuenta con 9 atractivos turísticos que de acuerdo a su clasificación; 3 son de categoría sitios naturales de los cuales 1 es del tipo bosques subtipo páramo con categoría II, 2 son del tipo ambiente lacustre subtipo lago y laguna respectivamente con jerarquía II. También se encuentran inventariados 6 atractivos turísticos de la categoría manifestaciones culturales; de los cuales 4 son del tipo histórica, de ellos 2 son del subtipo arquitectura religiosa con jerarquía II y III respectivamente, 1 es del subtipo museo colonial con jerarquía II y

1 del subtipo sitios arqueológicos con jerarquía II; 2 de los atractivos de categoría manifestaciones culturales pertenece al tipo de acontecimientos programados del subtipo feria y fiesta de carnaval respectivamente con categoría II y 1 del tipo de etnografía subtipo artesanías con categoría II. En total individualmente se encuentran registrados 11 atractivos turísticos.

El cantón cuenta con una vía principal de acceso la Panamericana de atraviesa por el centro del cantón de igual manera vías secundarias que conectan las diferentes parroquias y sectores rurales del cantón, en cuanto a servicios básicos el 95% de la población de la cabecera cantonal posee alcantarillado mientras que las parroquias rurales como es Santiago de Quito, Columbe, Juan de Velasco y Cañi no poseen este servicio. En el cantón el 71.6% de la población rural y el 100% de la población urbana cuenta con este servicio de alumbrado público. La cabecera cantonal urbana cuenta con el servicio de agua potable, mientras que en los sectores rurales con agua tratada.

Cumandá: Cuenta con 6 atractivos turísticos con jerarquía II de los cuales 3 son de la categoría manifestaciones culturales, de ellos 1 es del tipo manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias subtipo fiestas y celebraciones religiosas, 1 del tipo etnografía subtipo comidas y bebidas típicas, 1 del tipo históricas subtipo objetos; 3 atractivos turísticos son de categoría sitios naturales, de ellos 1 del tipo bosques subtipo bosque húmedo occidental, 1 del tipo ambiente lacustre subtipo poza y 1 del tipo ríos subtipo rápidos y raudales. Registrados como atractivos individuales el cantón cuenta con 15 atractivos turísticos.

En cuanto a accesibilidad el cantón cuenta con una vía principal de acceso desde la Panamericana, existen caminos de primer y segundo orden y caminos vecinales que conectan a los recintos localizados al interior del cantón. En cuanto a servicios básicos el cantón cuenta con los principales más no en los sectores rurales donde es deficiente estos servicios básicos.

Chambo: Existen 8 atractivos turísticos registrados de los cuales 4 son de categoría manifestaciones culturales; de ellos 2 son del tipo históricas del subtipo

arquitectura religiosa con jerarquía I y II, 1 del tipo etnografía subtipo shamanismo con jerarquía II y 1 del tipo realizaciones técnicas y científicas subtipo explotaciones agropecuarias con jerarquía II. En la categoría de sitios naturales se encuentran 4 atractivos turísticos con jerarquía II, de ellos 1 del tipo aguas subterráneas subtipo aguas termales, 1 del tipo ambiente lacustre subtipo laguna, 1 del tipo bosque subtipo paramo y 1 del tipo montaña subtipo alta montaña. Catalogados 19 atractivos turísticos individuales

En la accesibilidad al cantón cuenta con una vía de primer orden de va desde la ciudad de Riobamba hacia el cantón en sentido este – oeste, donde las vías de segundo orden conectan a los sectores rurales del cantón. Cuenta con los principales servicios básicos en un 100% en el área considerada urbana, es deficiente en los sectores rurales.

Chunchi: Cuenta con 5 atractivos turísticos con una jerarquía II, de los cuales 3 son de la categoría sitios naturales; de ellos 2 son del tipo planicie subtipo valle y 1 del tipo montaña subtipo cordillera. De la categoría manifestaciones culturales cuenta con 2 atractivos, 1 del tipo históricas subtipo sectores y 1 del tipo etnografía subtipo grupo étnico blanco mestizo. Registrados 15 atractivos turísticos individuales.

La accesibilidad al cantón se lo hace por la red vial Panamericana, de allí por vías de primer, segundo orden y caminos vecinales a los sectores rurales del cantón. El 100% del sector urbano y el 70% del sector rural cuenta con el servicio de energía eléctrica. En el cantón Chunchi el 100% del sector urbano y el 40% del sector rural cuentan con el servicio de alcantarillado.

Guamote: Cuenta con 9 atractivos turísticos de los cuales 6 son de categoría manifestaciones culturales de ellos 3 son del tipo de etnografía constando dentro de este tipo 1 del subtipo ferias y mercados con jerarquía III, 1 del subtipo comidas y bebidas típicas con jerarquía II, 1 del subtipo grupo étnico kichwas de la sierra con jerarquía II. En las misma categoría 1 del tipo acontecimientos programados subtipo fiesta del carnaval con jerarquía III y dos del tipo históricos

subtipo arquitectura civil con jerarquía II. En la categoría sitios culturales están presentes 3 atractivos, del tipo sistemas de áreas protegidas subtipo parque nacional 1 con jerarquía IV, 1 del tipo desiertos subtipo del interior con jerarquía II y 1 del tipo montaña subtipo mirador con jerarquía I. registros individualmente 12 atractivos turísticos.

Por la cabecera cantonal atraviesa la vía panamericana que es una de las más importantes, la vía Guamote – Macas es otro eje principal que conecta con el cantón. En parroquia Matriz poseen agua potable en un 100%. Mientras que de las 133 comunidades, barrios y cabeceras parroquiales existentes en el cantón, el 80% tiene el servicio de agua entubada. La zona urbana cuenta con servicio de alcantarillado, en la zona rural la mayoría de las familias cuentan con letrinas. El 95% de la población poseen el servicio de luz eléctrica.

Guano: Cuentan con 9 atractivos turísticos de categoría manifestaciones culturales con jerarquía II de estos 3 son del tipo etnografía, del subtipo artesanías en cuero y tejidos, comidas y bebidas típicas y artesanías en piedra, dentro de la misma categoría 3 del tipo históricas del subtipo arquitectura civil, arquitectura religiosa y museos. En la categoría sitios naturales existen 3 atractivos, 1 del tipo montañas subtipo colina con jerarquía I, 1 del tipo ambiente lacustre subtipo laguna con jerarquía II y 1 del tipo sistema de áreas protegidas subtipo reserva de producción faunística con categoría IV. Registrando individualmente 20 atractivos turísticos

En cuanto a la accesibilidad al cantón existen vías de primer orden, la vía Riobamba – Guano, Guano - San Andrés y vías secundarias que conectan al cantón y a los sectores rurales. Cuentan con los servicios básicos principales, El 95% del área urbana está cubierta por el sistema de distribución de agua potable, el resto de la población se abastece de agua entubada. En el área urbana de Guano el servicio de evacuación de aguas lluvias y servidas, cubre el 74% de la ciudad.

Pallatanga: Existen 7 atractivos turísticos de jerarquía II de los cuales 5 son de categoría sitios naturales del tipo ríos dentro de este tipo existe dos del subtipo cascadas y 1 del subtipo rápidos y raudales, en la misma categoría 1 del tipo montaña del subtipo colina y 1 del tipo bosque subtipo montano bajo occidental. En la categoría manifestaciones culturales están registrados 2 atractivos, 1 del tipo histórica subtipo sitio arqueológico y una del tipo acontecimientos programados del subtipo fiestas. Individualmente existen registrados 9 atractivos turísticos.

El acceso principal al cantón se lo efectúa a través de la carretera Panamericana. El sistema de comunicación inter cantonal cuenta con varios caminos que llegan a los recintos localizados al interior del cantón. En la zona urbana el 100% de la población posee el servicio de agua potable, mientras que las comunidades cuentan con agua entubada. Energía eléctrica en este aspecto el 100% de la población urbana cuenta con este servicio. El 80% del sector urbano del cantón Pallatanga cuentan con el servicio de alcantarillado.

Penipe: Cuenta con 5 atractivos turísticos de los cuales 3 son de categoría sitios naturales, dentro de estos 2 son de jerarquía III del tipo montañas subtipo glaciar y nevado, 1 del tipo ríos subtipo rápidos y raudales con jerarquía II y 1 del tipo aguas subterráneas subtipo aguas termales con jerarquía II. En la categoría manifestaciones culturales 1 con jerarquía II del tipo etnografía subtipo grupo étnico kichwas de la sierra. Individualmente están registrados 11 atractivos turísticos.

En cuanto a accesibilidad todo el cantón se vio afectado por la destrucción de un tramo de la vía principal que conecta a Riobamba con la población de Baños, como consecuencia de los deslaves provocados por las erupciones volcánicas del Tungurahua. Gran parte de los caminos vecinales de las parroquias se destruyeron y actualmente se hallan en fases de construcción. En la mayoría de parroquias del cantón el agua que se consume es entubada y clorada en tanques de tratamiento. El servicio de alcantarillado el 95% de la población de la cabecera cantonal cuenta con este servicio, mientras que en los sectores rurales existen

letrinas y pozos sépticos. El 100% de la población del sector urbano y rural cuentan con el servicio de electrificación.

Riobamba: Cuenta con 9 atractivos turísticos de los cuales todas están categorizadas como manifestaciones culturales de estos 4 son del tipo históricas, 2 del subtipo arquitectura civil con jerarquía III y IV, 1 del subtipo museos con jerarquía III y 1 del subtipo arquitectura religiosa con jerarquía II. Del tipo etnografía son 4, del subtipo ferias y mercados 1, 1 del subtipo comida y bebidas típicas, 1 del subtipo artesanías, 1 del subtipo grupos étnicos kichwas de la sierra, con jerarquía II. Y 1 del tipo realizaciones artísticas contemporáneas del subtipo parques con jerarquía II. Registrados 50 atractivos turísticos individuales.

En cuanto a la accesibilidad por ser la capital de la provincia de Chimborazo se conecta a esta ciudad de cualquier lado por la vía Panamericana, cuenta con carreteras de primer y segundo orden que conecta al cantón con otras localidades. Cuenta con servicios básicos principales en un 100 % en el área urbana y deficientemente en los sectores rurales.

En resumen la provincia de Chimborazo cuentan con 75 atractivos turísticos registrados de los cuales el 59% son de categoría manifestaciones culturales de los cuales los más importantes son los de jerarquía IV y III como son: Viaje en el Tren con jerarquía IV, con jerarquía III; Camino del Inca ubicado en el Cantón Alausí, Iglesia de Balanera en el cantón Colta, Feria y Carnaval de Guamote, Edificaciones Históricas de Riobamba. El 41% de categoría sitios naturales considerando así los más importantes con jerarquía IV como son El Parque Nacional Sangay y la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo, de jerarquía III el volcán Tungurahua, Nevado El Altar, La Nariz del Diablo y Complejo Lacustre Ozogoché. Considerando así que la provincia de Chimborazo es rica en cuanto al ámbito cultural se refiere.

b. Análisis de la planta turística de la provincia de Chimborazo

Cuadro 2. Planta turística de la provincia de Chimborazo

PLANTA TURISTICA PROVINCIA DE CHIMBORAZO																			
Servicios Turísticos	Hospedaje										Recreación y Diversión			Alimentos y Bebidas			Agencia de viajes		Transporte turístico
		Hostal	H residencia	Hostería	Hotel	Pensión	Albergue	Aparhotel	Motel	Cam. Turístico	Discoteca	Bar	S. recepciones	Restaurante	Cafetería	F. de soda			
RIOBAMBA	Categoría	1ra	9		5	7	1	1			1	3	1	5		2	Internacional	10	6
		2da	12	6	2	5	2	1			9	7	14	38	3	9	Dualidad	21	
		3ra	11	25		4	5		1	2		65		158	20	53	Operadora	13	
		4ta																	
ALASI	Categoría	1ra			4												Internacional		
		2da	3		1		1							1			Dualidad	1	

		3ra					1													
		4ta																		
CUMANDA	Categoria	1ra																		
		2da								1	1									
		3ra	1							1										
		4ta																		
GUAMOTE	Categoria	1ra																		
		2da		1											1					
		3ra													1					
		4ta																		
GUANO	Categoria	1ra			5			1		1										
		2da	1		1						3					1				

		3ra	1				1	2		2			3		6		6		
		4ta													5				
PALLATAN GA	Categoría	1ra			3														
		2da			1														
		3ra					1									4			
		4ta														3			

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Sierra Centro
 Elaborado por: José Liquín

Análisis: Según el catastro del año 2011 presentado el Ministerio de Turismo Regional Sierra Centro la provincia de Chimborazo cuenta con las siguientes facilidades turísticas:

Alausí: En cuanto al servicio de hospedaje el cantón cuenta con pocos establecimientos de primera y de segunda categoría, la mayoría de los servicios de hospedaje son de tercera, teniendo un total de 17 establecimiento de hospedería incluidos en el catastro, de los cuales 4 son de primera categoría, 4 de segunda y 9 de tercera, teniendo un total de 485 plazas. En lo que respecta al componente alimentación y bebidas del cantón Alausí tenemos gran variedad de locales con varios establecimientos es así; 1 de segunda, 16 de tercera y 5 de cuarta categoría. Están catastrados 3 agencias de viajes.

Colta: Se encuentran registrados dos establecimientos que prestan servicios turísticos es así; 1 establecimiento de hospedaje de segunda categoría con 10 plazas, y 2 establecimientos de de alimentos y bebidas de segunda categoría

Chambo: Se encuentran registrados 4 establecimientos de hospedaje de los cuales 2 son de primera categoría y 2 de segunda categoría, teniendo así una plaza de 86. Establecimiento de alimentos y bebidas 2, uno de segunda y uno de tercera categoría.

Chunchi: Cuenta con dos establecimientos de hospedaje registrados 1 de segunda y 1 de tercera teniendo una plaza de 78.

Cumandá: En establecimientos de hospedaje cuanta con 3 registrados de los cuales 2 son de segunda y 1 de tercera categoría, teniendo así 82 plazas disponibles; 1 establecimiento de alimentos y bebidas de

Guamote: En este cantón están registrados solamente 1 establecimiento de hospedaje de segunda categoría con 52 plazas disponibles; y dos establecimientos de alimentos y bebidas de segunda y tercera categoría.

Guano: Se encuentran registrados 15 establecimientos de hospedaje de los cuales 7 son de primera, 4 de segunda y 4 de tercera categoría, así daría un total de 654 plazas. Establecimientos de alimentos y bebidas 18 de los cuales 1 es de segunda, 12 de tercera y 5 de cuarta categoría.

Pallatanga: En este cantón se encuentran registrados 4 establecimientos de hospedaje de los cuales 2 son de primera, 1 de segunda y 1 de tercera categoría, disponibles 287 plazas. En cuanto a establecimientos de alimentos y bebidas están registrados 7 de los cuales 4 son de segunda y 3 de tercera categoría.

Riobamba: Es el cantón con mas establecimiento turísticos registrados. Contando con 124 establecimiento de hospedaje de los cuales 23 son de primera, 28 de segunda y 48 de tercera categoría con 4.935 plazas disponibles. Establecimientos de alimentos y bebidas cuenta con 288 establecimientos registrados de los cuales 7 son de primera, 50 de segunda y 231 de tercera categoría. También están registrados 99 establecimientos de recreación de ellos 4 son de primera categoría, 30 de segunda y 65 de tercera categoría. Prestan servicios 44 agencias de turismo y 6 establecimientos como transportes turísticos.

En general en la provincia de Chimborazo se encuentran registrados en el catastro 171 establecimientos de hospedaje de los cuales en 22% son de primera categoría, el 29% son de segunda categoría y el 49% son de tercera categoría disponiendo con un total de 6.617 plazas. En establecimientos de alimentos y bebidas se encuentran registrados 340 establecimientos de los cuales el 2% son de primera categoría, el 20% corresponde a segunda categoría y el 77% son de tercera categoría. También están registrados 44 agencias de viajes y operadoras, 99 centros de recreación y 6 establecimientos que prestan servicios de transporte turístico. Considerando que en la mayoría de la provincia de Chimborazo los establecimientos prestadores de servicios turísticos son de segunda y tercera categoría

Según el catastro del Ministerio de Turismo Regional Sierra Centro aun no se encuentra registrado en su totalidad los servicios turísticos de algunos cantones de la provincia de Chimborazo como es el caso del cantón Penipe, debido a que no son considerados como establecimientos turísticos.

c. Análisis de productos turísticos de la provincia de Chimborazo

Cuadro 3. Productos turísticos de la provincia de Chimborazo

LINEA DE PRODUCTOS	VARIEDAD DE PRODUCTOS ESPECÍFICOS	VALORACION	DETALLE
Circuitos Generales	Circuitos Generales	Aplica	<ul style="list-style-type: none"> - Rutas de tren - Avenida de los volcanes - Ruta a las lagunas
Sol y Playa	Sol y Playa	No aplica	X
Turismo Comunitario	Turismo Comunitario	Aplica	<ul style="list-style-type: none"> - UCASAJ - Razu Ñan - Quilla Pacari - AGIG - CEDEIN - CEDIBAL - Artera Chuquipogyo - Calshi - Comunidad Palacio Real (Calpi)

			<ul style="list-style-type: none"> - Casa Cóndor (San Juan) - Guarguallá - Comunidad Nizag (Alausi)
Turismo Cultural	Patrimonios Naturales y Culturales	Aplica	<ul style="list-style-type: none"> - Capac-Nan - Parque Nacional Sangay
	Mercados y Artesanías	Aplica	<ul style="list-style-type: none"> - Mercado de Guamote - Guano Capital Artesanal
	Gastronomía	Aplica	<ul style="list-style-type: none"> - Mercado la Merced Riobamba
	Medica Ancestral y Shamanismo	Aplica	<ul style="list-style-type: none"> - Cerro Puñay
	Fiestas Populares	Aplica	<ul style="list-style-type: none"> - Fiesta del niño Rey de Reyes - Fiestas de san Pedro Alausi - Procesión Señor de Buen Suceso
	Turismo Religioso	No aplica	X

	Turismo Urbano	Aplica	Ciudades patrimoniales
	Turismo Arqueológico	Aplica	- Capac – Ñan - Cerro Puñay - Quebrada de Chalan
	CAVER – Científico, Académico, Voluntario y Educativo	No aplica	X
	Haciendas Históricas	Aplica	- Hacienda de Totorillas
Parques Temáticos	Parques Temáticos	No aplica	X
Ecoturismo y Turismo de Naturaleza	Parques Nacionales	Aplica	- Parque Nacional Sangay
	Reservas y Bosques Privados	Aplica	- Reserva de producción faunística de Chimborazo
	Ríos, Lagos, Lagunas y Cascadas	Aplica	- Laguna de Colta - Complejo lacustre de Atillo - Complejo lacustre de Ozogoche

			- Cascada de Panama
	Observación de Flora y Fauna	No aplica	X
Turismo de Deporte y Aventura	Deportes Terrestres	No aplica	X
	Deportes Fluviales	No aplica	X
	Deportes Aéreos	No aplica	X
	Deportes Oceánicos	No aplica	X
	Otros	No aplica	X
Turismo de Salud	Medicina Ancestral	No aplica	X
	SPA's	No aplica	X
	Otros	No aplica	X
Agroturismo	Haciendas, Fincas, Plantaciones	Aplica	- Hacienda de Totorillas
Turismo de Convenciones y Congresos	Reuniones, Incentivos, Conferencias, Exposiciones y Ferias	No aplica	X
Turismo de Cruceros	Cruceros	No aplica	X

Fuente: Plan Estratégico de Turismo Sostenible en Ecuador 2020 "PLANDETUR 2020"
Elaborado por: José Lliquín

Análisis: Los principales productos turísticos que opera la provincia de Chimborazo son:

Reserva de producción faunística Chimborazo: La Reserva de Producción Faunística de Chimborazo comprende 58.506 hectáreas, dentro de tres provincias andinas centrales del Ecuador: Tungurahua, Chimborazo y Bolívar. Siendo sin duda, la característica más sobresaliente de la reserva es el inmenso Chimborazo. La reserva está atravesada por dos carreteras asfaltadas de importancia. La primera une las ciudades de Ambato y Guaranda, y la segunda va desde Riobamba también hasta Guaranda. Cuenta con infraestructura en su interior que permite el desarrollo del ecoturismo, turismo comunitario y turismo de alta montaña. Ofrece diversos atractivos naturales y culturales, con el majestuoso Chimborazo a la cabeza. El acceso al primer refugio (Carrel) es sencillo si se cuenta con un vehículo 4x4. En la carretera Riobamba-Guaranda. De ahí, unos 45 minutos de caminata llevan al refugio Whymper donde se puede pernoctar por 10 dólares por persona. En Cununyacu, al noroeste de la reserva se encuentran unos baños termales que se acceden por el antiguo camino Guaranda-Ambato. Visitar los sitios de cría de camélidos andinos o aquellas áreas donde pastan libremente es otra oportunidad única que ofrece la RPF Chimborazo. Varias comunidades manejan grupos de estos camélidos. Otra característica muy interesante del turismo en la RPF Chimborazo es el turismo comunitario.

La Corporación de Desarrollo Comunitario y Turismo de Chimborazo (CORDTUCH) promueve varios proyectos de turismo comunitario dispersos en toda la provincia incluyendo, naturalmente, varios destinos en la RPF Chimborazo. En la comunidad de Pulinguí Centro se conformó la Asociación Razu Ñan (camino del hielo, en kichwa), quienes ofrecen alojamiento y alimentación en su albergue en Santa Anita, tours guiados a las minas de hielo del Chimborazo, ascenso al propio Chimborazo con guías profesionales y caminatas en la reserva. Además cuenta con una organización de mujeres que confeccionan ropa para la venta a los turistas, con un grupo cultural de música y danza y grupos de agricultores que ofertan productos locales. En Pulinguí San Pablo, la asociación de

trabajadores viene dirigiendo la Casa Cóndor, un albergue con forma de cóndor, donde reciben turistas desde hace diez años. Sus guías capacitados ofrecen caminatas y cabalgatas en la RPF Chimborazo, mientras las mujeres organizadas confeccionan artesanías en lana de borrego y de sus propias alpacas. En San Francisco de Cunuguachay se formó la Asociación de Mujeres Ahuana, que estableció la Casa de Turismo Quilla Pacari. Las señoras de la comunidad, a más de producir mermeladas artesanales y tejer con lana de oveja y alpaca, reciben turistas en su albergue, a quienes brindan un encuentro con las comunidades indígenas, en sus propias palabras.

Una actividad que está ganando popularidad es la visita a las minas de hielo del Chimborazo. Puruha Razurku, Hostería Abraspungo y otras operadoras turísticas de Riobamba también llevan turistas a estas minas a apreciar, y si se quieren también se puede ayudar al último hielero del Chimborazo, el célebre Baltasar Ushca.

Simiátug es una pequeña población situada al noroeste de la RPF Chimborazo, no muy lejos. Ahí se están emprendiendo algunos proyectos de recuperación de fuentes de agua, reforestación, capacitación ambiental, desarrollo de microempresas, artesanías y turismo comunitario en su albergue Sisapamba.

Otras ofertas más especializadas de turismo incluyen el ya mencionado ascenso al Chimborazo y al Carihuairazo, algunas rutas de caminata (o trekking), incluyendo una caminata desde El Arenal, por las yungas en dirección a la Costa, otra de volcán a volcán por todo el Abraspungo y otra rodeando al Chimborazo. Similares paseos se pueden hacer en bicicletas de montaña. Una especialista en tours de montaña, radicada en Riobamba, es Expediciones Andinas, del reconocido andinista Marco Cruz.

Ruta del Tren: Actualmente el tren es uno de los principales atractivos turísticos que posee la provincia de Chimborazo, se encuentra operando en tres rutas; 1 la ruta de Los Ancestros Riobamba – Colta El recorrido se denomina 'El Sendero de

los Ancestros'. En este trayecto se pueden observar paisajes de la serranía por los que recorrió el padre Juan de Velasco cuando escribía la historia del Ecuador. El tramo es de 24 kilómetros. En esta ruta el turista disfrutará de hermosos paisajes interandinos y visitará la iglesia de Balbanera, la más antigua del Ecuador. Este atractivo acompañado del majestuoso Chimborazo y la laguna de Colta le brindarán una mezcla de historia y tradición. Itinerario: De jueves a domingo y feriados, Excursión Estándar ida y vuelta 15 dólares que incluye; Viaje en Autoferro, Guianza, El precio incluye \$1 de consumo en el Café del Tren y una visita guiada en la universidad Jatun Yachay ó un tour en lancha en la laguna de Colta.

La ruta 2 denominada Ruta del Hielo que va desde Riobamba – Urbina, la misma que es la estación más alta del Ecuador en la provincia de Chimborazo. Está ubicada a 3 604 metros sobre el nivel del mar. Es un recorrido de 32 km en una hora. En la estación los turistas descansan y recorren en lugar durante dos horas antes de volver. Un recorrido por el volcán más alto del Ecuador, en el cual el turista tiene la oportunidad de conocer la tradición de los Hieleros del Chimborazo y el proceso de extracción del hielo en el glaciar. Además se ofrecen con varias opciones de actividades de agroturismo en entornos naturales y culturales de esta zona. Itinerario: De jueves a domingo y feriados, Excursión Estándar ida y vuelta 11 dólares que incluye; Viaje en autoferro, guianza, El precio incluye entrada al Centro Interpretativo.

La ruta 3 Alausí – Sibambe – Nariz de Diablo, Un recorrido donde el turista podrá deleitarse con los típicos paisajes andinos, la cultura, el folclore y las artesanías. Además, disfrutará de una majestuosa obra de ingeniería, única en el mundo, por su forma peculiar de zig-zag. La excursión incluye entrada y guianza nativa en el Museo Cóndor Puñuna. Itinerario: De martes a domingo y feriados. Excursión estándar en locomotora ida y vuelta \$ 25 - excursión plus ida y vuelta \$ 35 que incluye; Viaje en tren, guianza nativa, asientos laterales, El precio incluye \$2 de consumo en el café del tren, entrada del museo.

Se han implementado servicios en las estaciones del tren en Riobamba, Sibambe, Alausí y Urbina las mismas que se encuentran remodeladas para satisfacer las necesidades de los turistas tanto nacionales como extranjeros; El Café del tren es un espacio para degustar de bocadillos y bebidas elaboradas en su mayoría por las comunidades que se encuentran aledañas a la vía férrea. El Café es un emprendimiento local bajo una política de calidad generada por Tren Ecuador. En la estación de Riobamba la tienda del tren da la oportunidad a los turistas de llevarse un recuerdo. La mayoría de los souvenirs ofrecidos se elaboran artesanalmente por asociaciones de artesanos del corredor turístico ferroviario. El modelo de gestión es similar al emprendimiento del Café, en donde se garantiza que la utilidad generada se reparte entre los miembros de las asociaciones gestoras. La Plaza del Tren es un espacio para promocionar las artesanías locales. En este los turistas pueden conocer y adquirir productos elaborados por la comunidad. El Museo del tren es un espacio definido para la interpretación, aprendizaje y entretenimiento, en donde los visitantes de las estaciones del tren pueden conocer sobre varios temas como el proceso de construcción de la vía férrea, el funcionamiento de las locomotoras, coches y vagones, así como la cultura, costumbres y tradiciones de cada comunidad donde se encuentra ubicada la estación. Un nuevo producto complementario que se implementará en las estaciones rehabilitadas con vinculación de alternativas de ocio y esparcimiento. Los refugios ofrecen la posibilidad de hospedarse en las estaciones del tren y dar un valor agregado a los turistas que desean complementar el recorrido con los circuitos turísticos en los destinos.

Turismo comunitario: Las operaciones de turismo comunitario se encuentran ubicados en cinco cantones de la provincia de Chimborazo: Guano, Guamote, Colta, Riobamba y Alausí y pertenecen a la nacionalidad Kichwas de la Sierra nacionalidad Puruwa. De estas 5 se encuentran ubicadas en el cantón Riobamba, en la parroquia de San Juan se encuentran las operaciones de turismo comunitario de Ucasag en la comunidad de San Juan, Casa Cóndor en la comunidad de Pulinguí San Pablo, Cedein en la comunidad de Chinigua. En la parroquia Calpi se encuentran las operaciones de turismo comunitario de Sumak

Kawsay en la comunidad Palacio Real, Quilla Pakari en la comunidad Francisco de Cunuguachay. 3 están ubicados en el cantón Guano en la parroquia de San Andrés, Razu Ñan en la comunidad de PUlinguí Alto, Artesa Chuquipogyo en la comunidad de Santa Lucía de Chuquipogyo y Calshi en la comunidad de Calshi. 1 operación de turismo comunitario se encuentra ubicada en el cantón Guamote en la parroquia Cebadas como es Agig en la comunidad de Guarguallá Chico. En el cantón Colta se encuentra ubicada 1 como es Cebidal en la comunidad Balda Lupaxi. Y una en el cantón Alausi en la parroquia Matriz la misma que es Nizag en la comunidad de Nizag.

Para poder visitar las operaciones de turismo comunitario se puede hacer desde Riobamba por vía terrestre en carreteras de primer orden y segundo orden cuyos costos de pasajes oscilan entre 0,40 ctvos a 2 dólares.

De estos centros de turismo comunitario 8 de ellos ofrecen servicios de hospedaje con albergues y cabañas en Calshi, Casa Cóndor y Quilla Pacari, Artesa Chuquipogyo, Guarguallá, Nizag, Rasu Ñan y Ucasaj, con un total de 138 plazas, cuyos precios por noche es de 22 a 25 dólares. En cuanto al servicio de alimentación de igual manera 8 de estos centros ofrecen este servicio los mismos que son preparados con productos tradicionales de la zona. También se ofrecen servicios de guianza la misma que está a cargo de habitantes de las comunidades, además se ofrece servicio de bicicletas y caballos.

Las actividades que se realizan en las comunidades son; Actividades espirituales, religiosas, cosmovisión, aventura, deportes, cabalgatas, ciclismo, ecología, naturaleza, vida silvestre, educación, investigación, voluntariado, giras, tours, montañismo, observación de aves, paseos, caminatas, visitas a proyectos de conservación.

2. Análisis de la demanda

a. Cálculo del universo

Cuadro 4. Cálculo del universo

DESCRIPCION DE UNIVERSO	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
Turistas que visitan la provincia de Chimborazo por el tren	26%	74%	100%
	11.691	33.273	44.964
UNIVERSO DE ESTUDIO	11.691	33.273	44.964

Fuente: Ministerio de Turismo Regional Sierra Centro/Ferrocarriles del Ecuador
Elaborado por: José Lliquín

1) Cálculo de la muestra

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

a) Turistas nacionales

2990.25

$$n = \frac{2990.25}{(11691)(0.05)^2 + 0.25}$$

$$n = 101,4$$

n = 101 encuestas a aplicar

b) Turistas extranjeros

8318.25

$$n = \frac{(33272)(0.05)^2 + 0.25}{}$$

n = 99.7

n = 100 encuestas a aplicar

b. Caracterización de la demanda de turistas nacionales

1) Edad de turistas nacionales

Tabla 1. Edad de turistas nacionales

EDAD	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
15 – 25	10	10	9,90	9,90
26 – 30	15	25	14,85	24,75
31 – 35	11	36	10,89	35,64
36 – 40	12	48	11,88	47,52
41 – 45	23	71	22,77	70,29
46 – 50	8	79	7,92	78,21
51 – 55	9	88	8,91	87,12
56 – 60	8	96	7,92	95,04
Mayor de 60	5	101	4,95	100

Elaborado por: José Lliquín

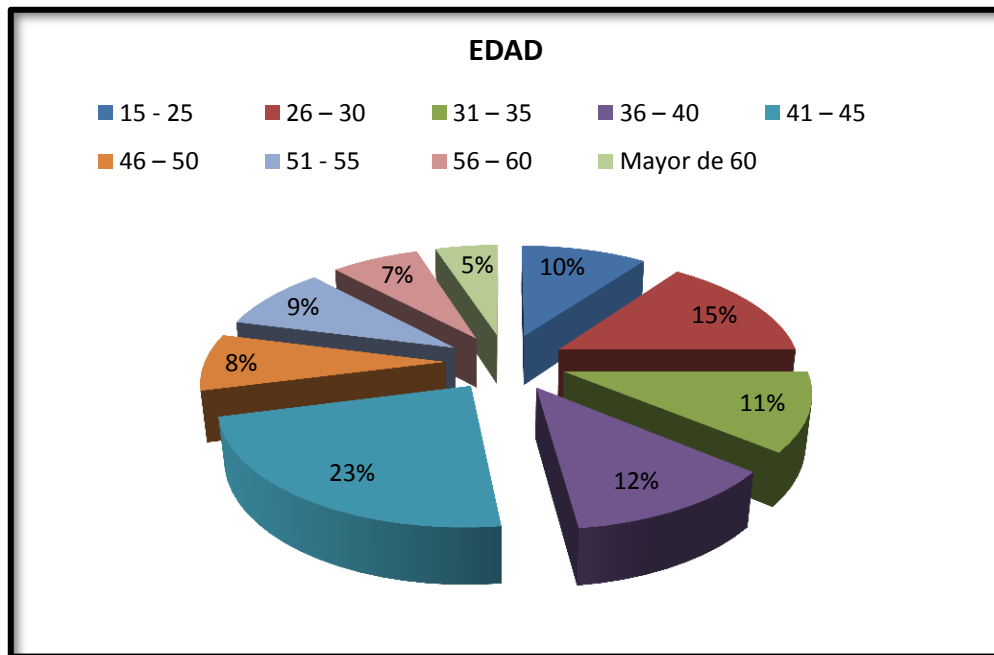


GRAFICO 1. EDAD DE TURISTAS NACIONALES

De acuerdo a las encuestas aplicadas se determinó que la edad oscila entre un 15 – 25 años con un 23%, en cuanto el rango de edad que oscila entre 26 – 30 años obtuvo un 15%, 31 – 35 años un 11%, 36 – 40 años un 12%, el rango de edad de 41 – 45 años con un 10%, 46 – 50 años un 8%, 51 – 55 años un 9%, 55 – 60 años 7%, en cuanto a los encuestados mayores de 60 años se obtuvo un porcentaje del 5%.

2) Sexo de turistas nacionales

Tabla 2. Sexo de turistas nacionales

SEXO	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Masculino	69	69	68,32	68,32
Femenino	32	101	31,68	100

Elaborado por: José Lliquín

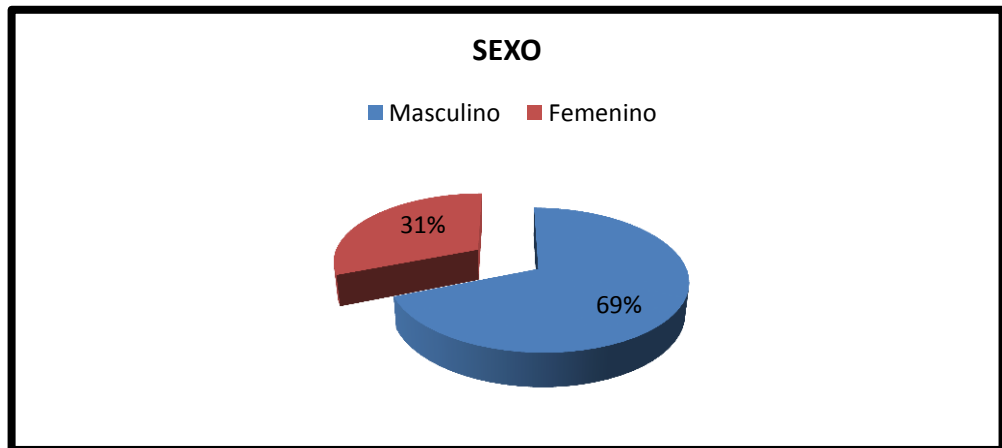


GRAFICO 2. SEXO TURISTAS NACIONALES

Se determinó que la mayoría de los encuestados fueron de sexo masculino con un porcentaje del 69% mientras que el 31% de los encuestados fueron de sexo femenino.

3) Procedencia de turistas nacionales

Tabla 3. Procedencia turistas nacionales

PROCEDENCIA	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Quito	7	7	6,93	6,93
Guayaquil	24	31	23,76	30,69
Cuenca	12	43	11,88	42,57
Ambato	16	59	15,84	58,41
Latacunga	6	65	5,94	64,35
Guaranda	5	70	5	69,35
Macas	17	87	16,83	86,18
Tena	8	95	7,92	94,1
Puyo	6	101	5,94	100

Elaborado por: José Lliquín

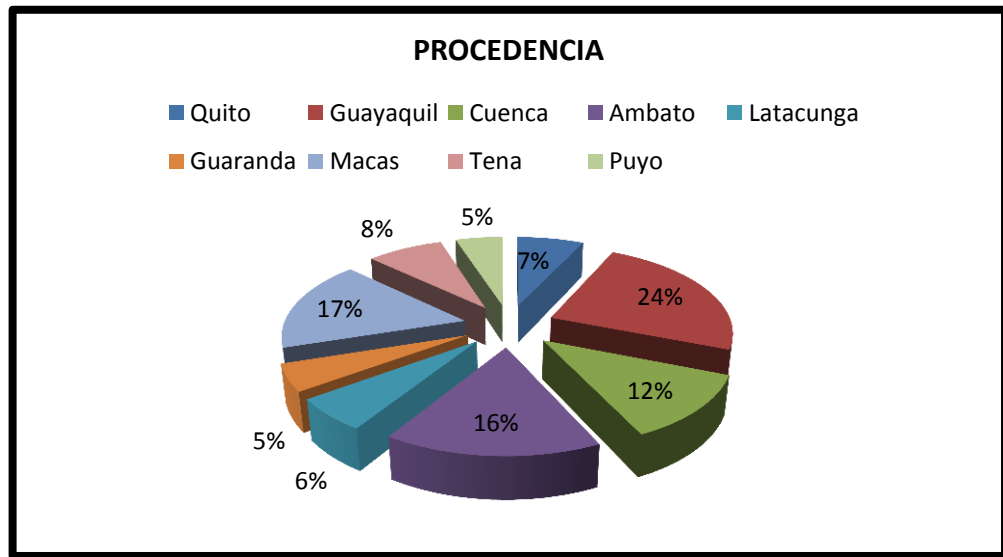


GRAFICO 3. PROCEDENCIA TURISTAS NACIONALES

De las personas encuestadas el 27 % provienen de la ciudad de Guayaquil, el 17% provienes de Macas, mientras que el 16% provienen de Ambato, el 12% provienen de Cuenca, el 8% de la ciudad del Tena, el 7% provienen de Quito, el 6% de Latacunga, mientras que el 5% provienen de la Ciudad del Puyo.

4) Ocupación turistas nacionales

Tabla 4. Ocupación turistas nacionales

OCUPACIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Empleado público	22	22	21,78	21,78
Empleado privado	17	39	16,83	38,61
Profesional	11	50	10,9	49,51
Estudiante	29	79	28,71	78,22
Jubilado	10	88	9,90	88,12
Otro	12	101	11,88	100

Elaborado por: José Lliquín

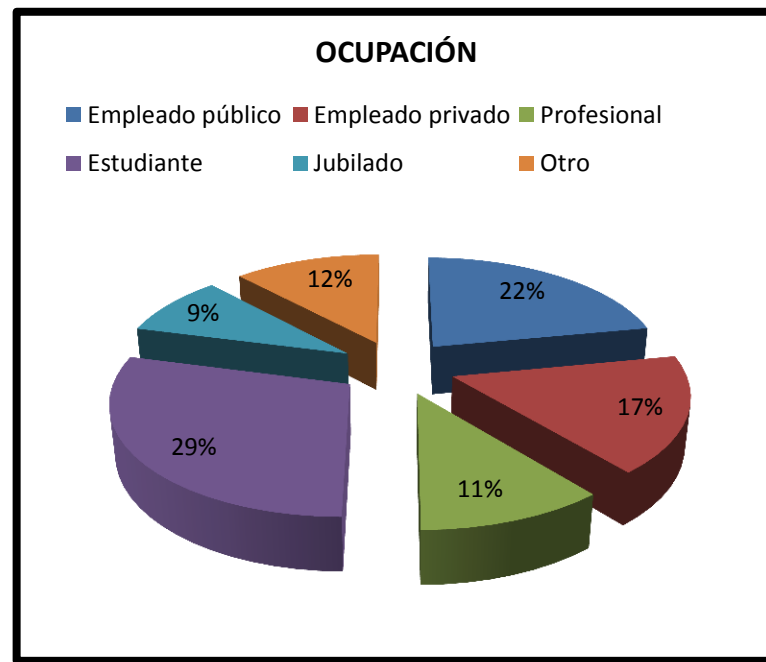


GRÁFICO 4. OCUPACIÓN TURISTAS NACIONALES

Según los datos la ocupación de los encuestados es del 29% que son estudiantes, empleados público con un 22%, empleados privados con 17%, profesionales ocupan el 11% , jubilados el 9% mientras que otras ocupaciones con un 12%

5) Ingresos económicos turistas nacionales

Tabla 5. Ingresos económicos turistas nacionales

INGRESOS ECONÓMICOS	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
250 – 500 USD	43	43	42,57	42,57
500 – 1000 USD	22	65	21,78	64,35
1000 – 1500 USD	24	89	23,76	88,11
Más de 1500 USD	12	101	11,88	100

Elaborado por: José Lliquín

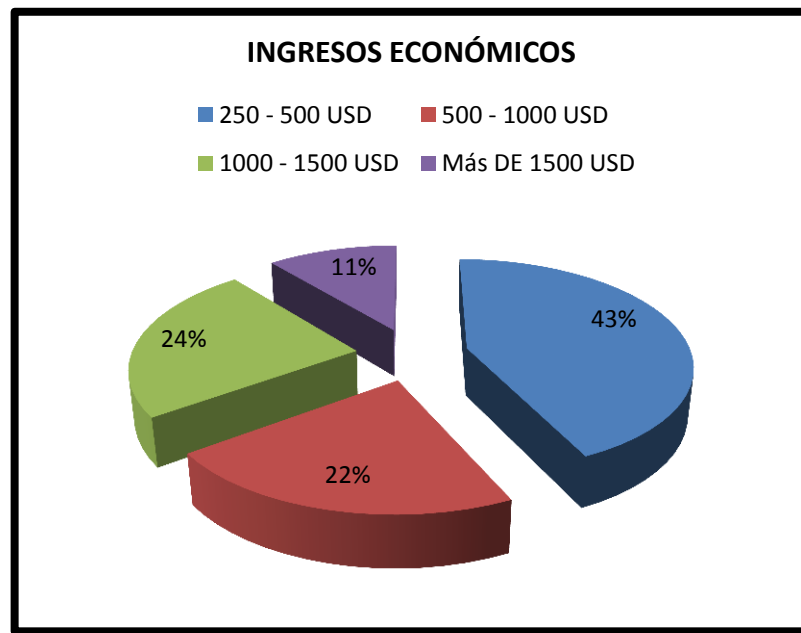


GRAFICO 5. INGRESOS ECONÓMICOS TURISTAS NACIONALES

Se determinó que en un 43% obtienen ingresos económicos que oscilan entre 250 – 500 USD, 24% 1000 - 1500 USD, 22% 500 – 1000USD, mientras que el 11% de los encuestados obtienen ingresos económicos de más de 1500 USD

6) Turistas nacionales viajan a través de

Tabla 6. Turistas nacionales viajan a través de

VIAJA A TRAVES DE	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Agencia de viajes / operadora	12	12	11,88	11,88
Forma independiente	89	100	88,12	100

Elaborado por: José Lliquín

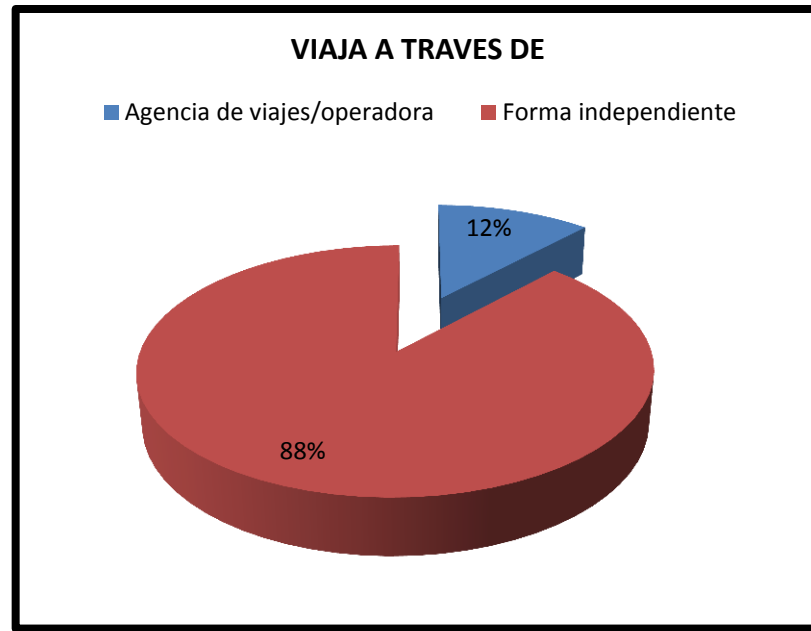


GRÁFICO 6. TURISTAS NACIONALES VIAJAN A TRAVÉS DE

Según las encuestas aplicadas la mayoría de personas viajan de forma independiente con un 89%, mientras que el 11% de las personas utilizan los servicios de agencias de viajes / operadoras.

7) Preferencia de viaje de turistas nacionales

Tabla 7. Preferencia de viaje de turistas nacionales

PREFERENCIA DE VIAJE	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Fin de semana	14	14	13,86	13,86
Vacaciones	27	41	26,73	40,59
Feriado	56	97	55,45	96,04
Nunca	4	101	3,96	100

Elaborado por: José Lliquín

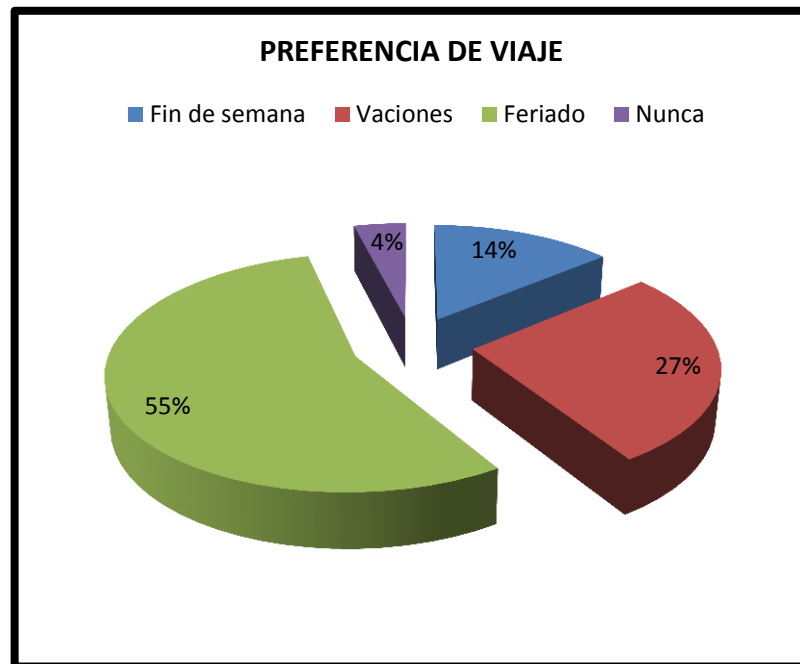


GRAFICO 7. PREFERENCIA DE VIAJE DE TURISTAS NACIONALES

El 56% de la personas encuestadas prefieren viajar en feriados, le siguen con 27% en vacaciones, en fines de semana viajan un 13% de las personas encuestadas y un 4% prefieren no viajar.

8) Motivo de viaje turistas nacionales

Tabla 8. Motivo de viaje turistas nacionales

MOTIVO DE VIAJE	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Turismo	38	38	37,62	37
Trabajo	12	50	11,88	49
Estudios	27	77	26,73	76
Visita a familiares	20	97	19,80	96
Otros	4	101	3,96	100

Elaborado por: José Lliquín

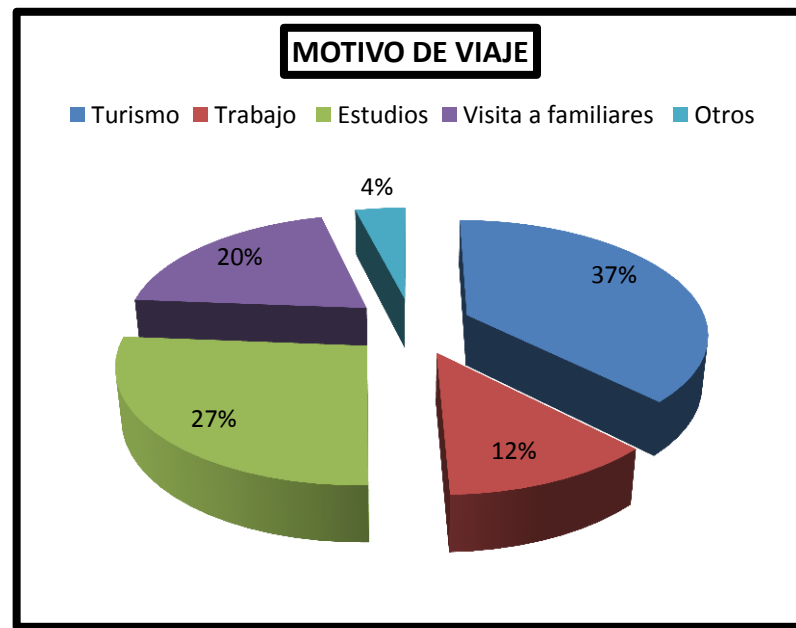


GRAFICO 8. MOTIVO DE VIAJE TURISTAS NACIONALES

El 37% de las personas encuestadas manifestó que sus motivos de viajes son por motivos de turismo, el 27% por estudios, el 20% visita a familiares, el 12% por cuestiones de trabajo, y por otros motivos el 4% de las personas encuestadas.

9) Frecuencia de viaje turistas nacionales

Tabla 9. Frecuencia de viaje turistas nacionales

FRECUENCIA DE VIAJE	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Anualmente	64	64	63,37	63,37
Mensualmente	27	91	26,73	90,1
Semanalmente	10	101	9,90	100

Elaborado por: José Lliquín

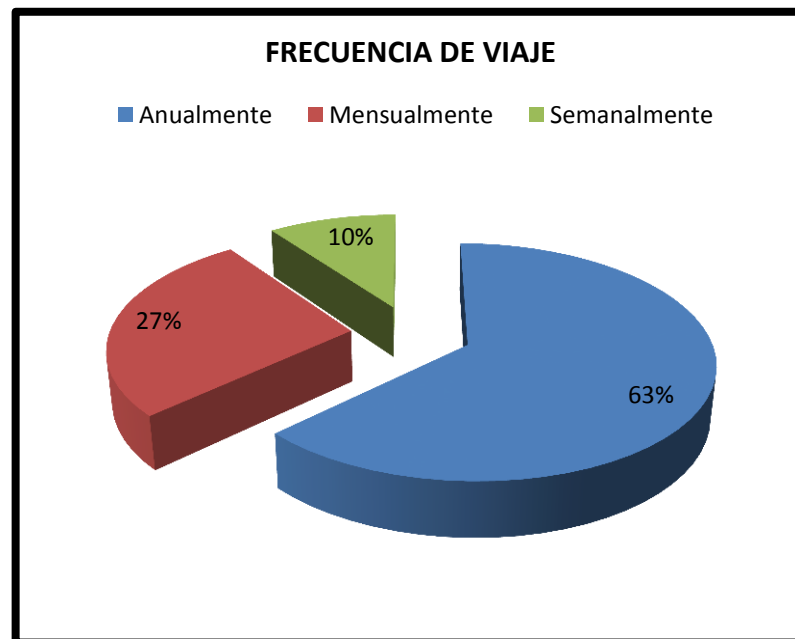


GRÁFICO 9. FRECUENCIA DE VIAJE TURISTAS NACIONALES

En cuanto a la frecuencia de viaje el 63% manifestó que lo hacen anualmente, el 27% mensualmente mientras que el 10% de los encuestados viajan semanalmente

10) Con quien prefiere viajar los turistas nacionales

Tabla 10. Con quien prefiere viajar turistas nacionales

PREFIERE VIAJAR CON:	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Familiares	50	50	49,50	49,50
Amigos	26	76	25,74	75,24
En pareja	17	93	16,83	92,07
Otros	8	101	7,92	100

Elaborado por: José Lliquín

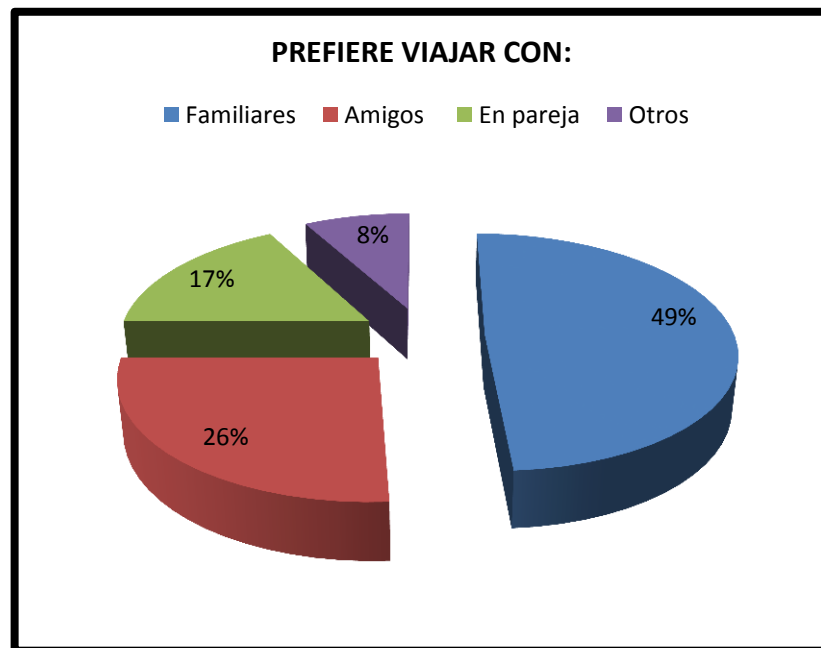


GRÁFICO 10. CON QUIEN PREFIERE VIAJAR TURISTAS NACIONALES

De acuerdo a las encuestas se determinó que el 49% de las personas encuestadas prefieren viajar con familiares, el 26% lo hacen entre amigos, el 17% en pareja y el 8% prefieren viajar entre otros.

11) Gastos de viaje por día turistas nacionales

Tabla 11. Gasto aproximado por día turistas nacionales

GASTOS DE VIAJE POR DIA	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
50 – 100 USD	64	64	63,37	63,37
100 – 200 USD	22	86	21,78	85,15
Más de 200 USD	15	101	14,85	100

Elaborado por: José Lliquín

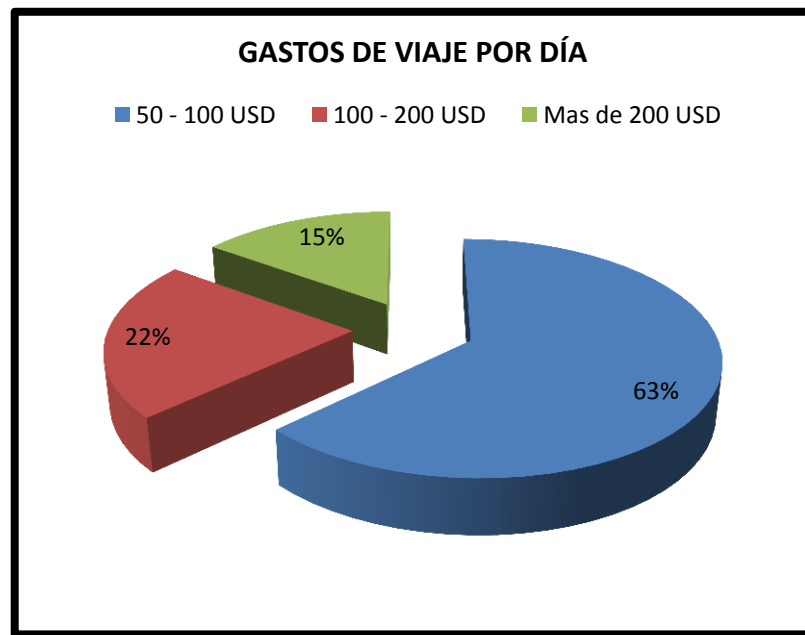


GRÁFICO 11. GASTO APROXIMADO POR DÍA TURISTAS NACIONALES

Según las encuestas realizadas el 64% de los turistas nacionales tiene un gasto aproximado de 50 a 100 USD, el 21% de 100 a 200 USD y solo el 15% gastan más de 200 USD por día

12) Medios de información utilizados por turistas nacionales

Tabla 12. Medios de información utilizados por turistas nacionales

MEDIOS DE INFORMACIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. ACUMULADA A.	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Televisión	22	22	21,78	21,78
Radio	8	30	7,92	29,7
Internet	14	44	13,86	43,56
Guías turística	24	68	23,76	67,32
Centros de información turística	31	99	30,69	98,01
Revistas	2	101	1,98	100

Elaborado por: José Lliquín

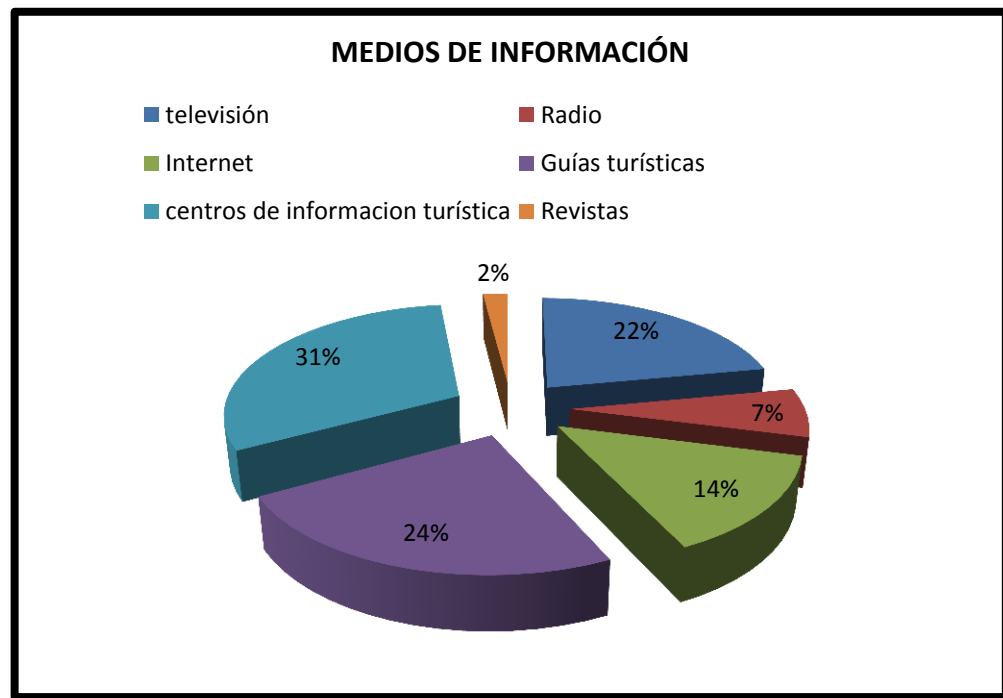


GRÁFICO 12. MEDIOS DE INFORMACIÓN UTILIZADOS POR TURISTAS NACIONALES

El 31% de los encuestados se informan en centros de información turística, el 24% a través de guías turísticas, el 22% por medio de la televisión, el 14% mediante internet, el 7% mediante la radio, y tan solo el 2% lo hacen mediante revistas.

13) Tipo de alojamiento utilizado por turistas nacionales

Tabla 13. Tipo de alojamiento utilizado por turistas nacionales

ALOJAMIENTO	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Hotel	35	35	34,65	34,65
Hostería	15	50	14,85	49,5
Hostal	22	72	21,78	71,28
Cabañas	15	87	14,85	86,13
Campamentos	6	93	5,94	92,07
Casas comunitarias	8	101	7,92	100

Elaborado por: José Lliquín

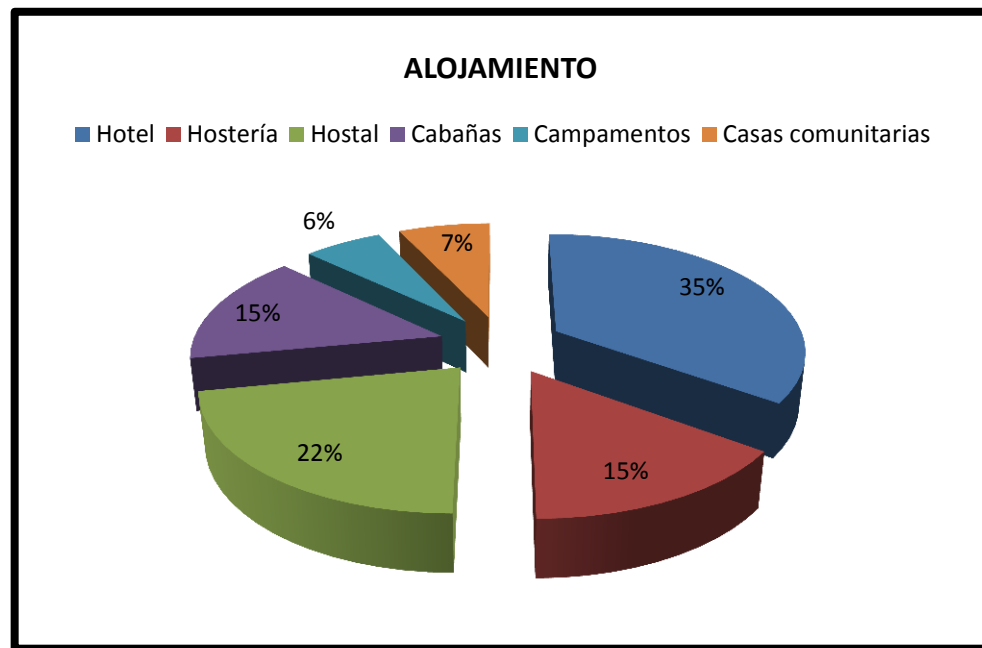


GRÁFICO 13. TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZADO POR TURISTAS NACIONALES

Se determinó que le 35% de los encuestados prefieren alojarse en hotel, el 22% en hostales, el 15% en cabañas, mientras que otro 15% de los encuestados se hospedan en hosterías, el 7% en casas comunitarias y tan solo el 6% en campamentos.

14) Destino preferido por turistas nacionales

Tabla 14. Destino preferido por turistas nacionales

DESTINO PREFERIDO	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Costa	42	42	41,58	41,58
Sierra	31	74	30,69	72,27
Amazonía	21	94	20,79	93,06
Galápagos	7	101	6,93	100

Elaborado por: José Lliquín

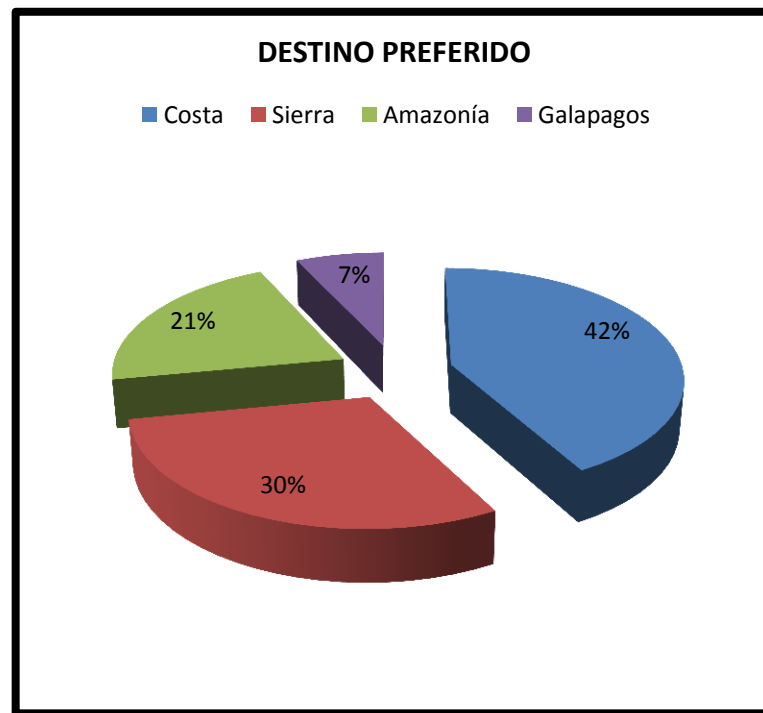


GRÁFICO 14. DESTINO PREFERIDO POR TURISTAS NACIONALES

El 42% de las personas encuestadas manifestaron que su destino preferido en la Costa, el 30% la Sierra, el 21% la Amazonía y el 7% el sector de Galápagos.

15) Primera visita a la provincia de Chimborazo por turistas nacionales

Tabla 15. Primera vez que visita la provincia de Chimborazo por turistas nacionales

PRIMERA VEZ QUE VISITA LA PROV. DE CHIMBORAZO	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. ACUMULADA A.	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Si	11	11	10,89	10,89
No	90	101	89,11	100

Elaborado por: José Lliquín



GRÁFICO 15. PRIMERA VEZ QUE VISITA LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO POR TURISTAS NACIONALES

El 89% de las personas encuestadas indicaron que no es la primera vez que visitan la provincia de Chimborazo mientras que el 11% es su primera visita a la provincia.

16) Le gustaría que se oferten productos turísticos culturales en la prov. De Chimborazo turistas nacionales

Tabla 16. Gusto por ofertar productos turísticos culturales en la provincia de Chimborazo

OFERTA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS CULTURALES	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. ACUMULADA A.	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Si	93	93	92,08	92,08
No	8	101	7,92	100

Elaborado por: José Lliquín

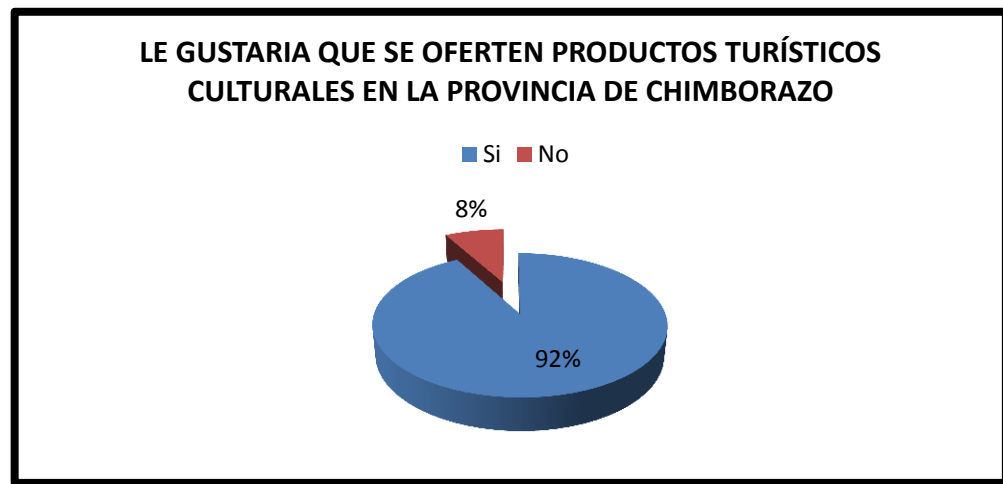


GRÁFICO 16. GUSTO POR OFERTAR PRODUCTOS TURÍSTICOS CULTURALES EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

Según las encuestas el 92% de los encuestados indicaron que si se debería ofertar productos turísticos culturales en la provincia de Chimborazo en donde se manifiestan las tradiciones y costumbres, mientras que el 8% manifestó que no.

17) Actividades a realizarse en un producto turístico cultural turistas nacionales

Tabla 17. Actividades a realizarse en un producto turístico cultural

ACTIVIDADES A REALIZARSE EN UN PRODUCTO TURÍSTICO CULTURAL	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. ACUMULADA A.	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Convivencia cultural	20	20	19,80	19,80
Visita rutas arqueológicas	11	31	10,89	30,69
Visita museos	21	52	20,79	51,48
Visita centros históricos	15	67	14,85	66,33
Caminatas	7	74	6,93	73,26
Cabalgatas	13	87	12,87	86,13
Visitas a comunidades	14	100	13,86	100

Elaborado por: José Lliquín

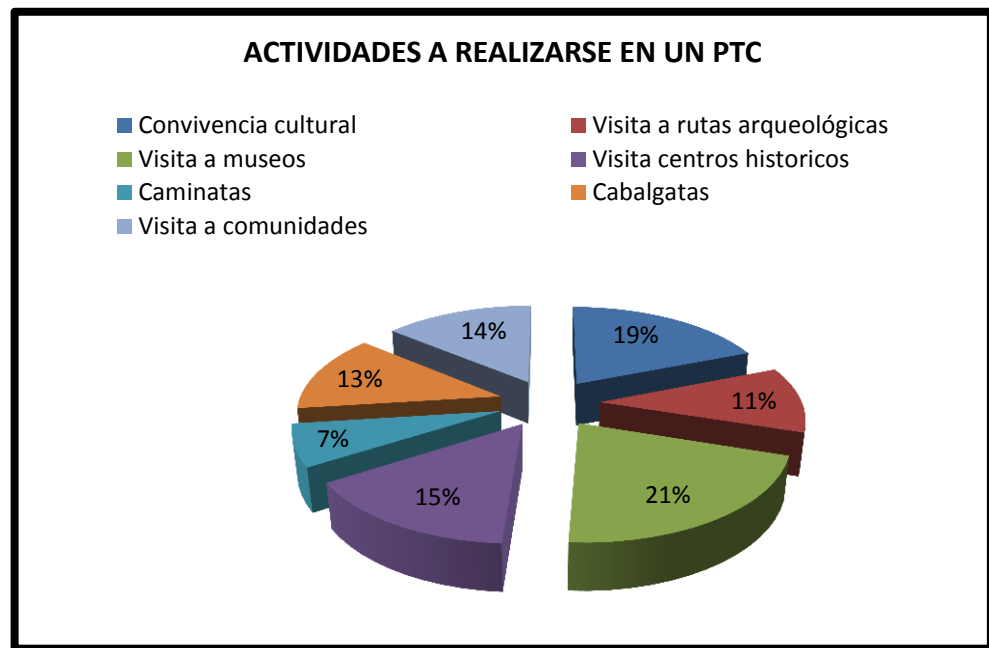


GRÁFICO 17. ACTIVIDADES A REALIZARSE EN UN PRODUCTO TURÍSTICO CULTURAL TURISTAS NACIONALES

El 21% de las personas encuestadas manifestó que visita a museos son actividades que deberían realizarse en un producto de patrimonio cultural, 15% visita a centros históricos, el 14% visita a comunidades, el 13% manifiesta que deberían realizar actividades de cabalgatas, 11% visita a rutas arqueológicas y el 7% manifiesta que deberían realizarse caminatas

18) Tipo de comida a consumir por turistas nacionales

Tabla 18. Tipo de comida a consumir por turistas nacionales

TIPO DE COMIDA A CONSUMIR	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. ACUMULADA A.	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Comida tradicional	25	25	24,75	24,75
Comida nacional	30	55	29,70	54,45
Comida internacional	23	78	22,77	77,22
Platos a la carta	23	101	22,77	100

Elaborado por: José Lliquín

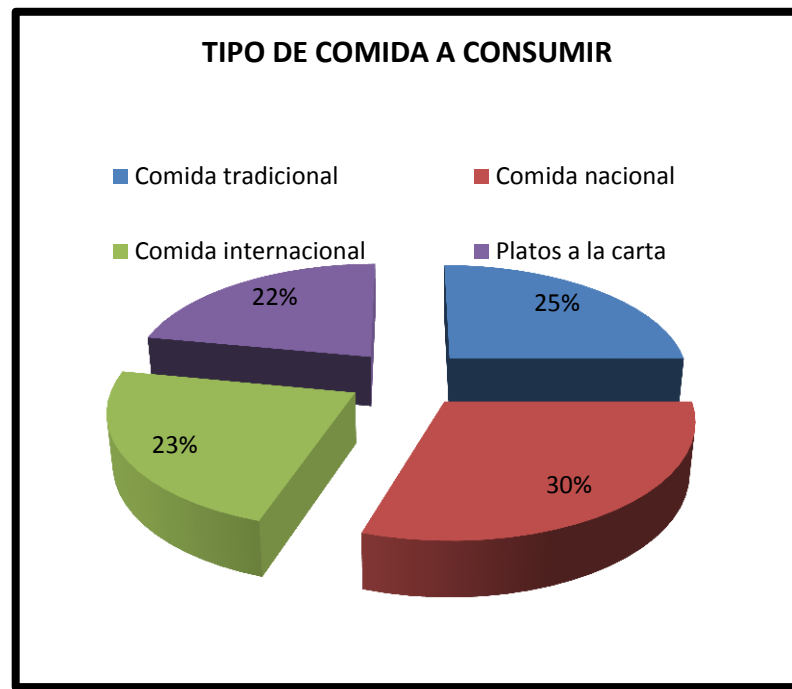


GRÁFICO 18. TIPO DE COMIDA A CONSUMIR POR TURISTAS NACIONALES

Según las encuestas el 30% de los encuestados prefieren consumir comida nacional, el 25% comida tradicional, el 23% comida internacional y el 22% prefieren platos a la carta

19) Estaría de acuerdo en la implementación de programas para el uso y aprovechamiento del PCI turistas nacionales

Tabla 19. Estaría de acuerdo en la implementación de programas para el uso y aprovechamiento del PCI turistas nacionales

ESTARIA DE ACUERDO EN LA DE IMPLEMENTACION PROGRAMAS DEL PCI	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. ACUMULADA A.	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Si	88	88	87,13	87,13
No	13	100	12,87	100

Elaborado por: José Lliquín

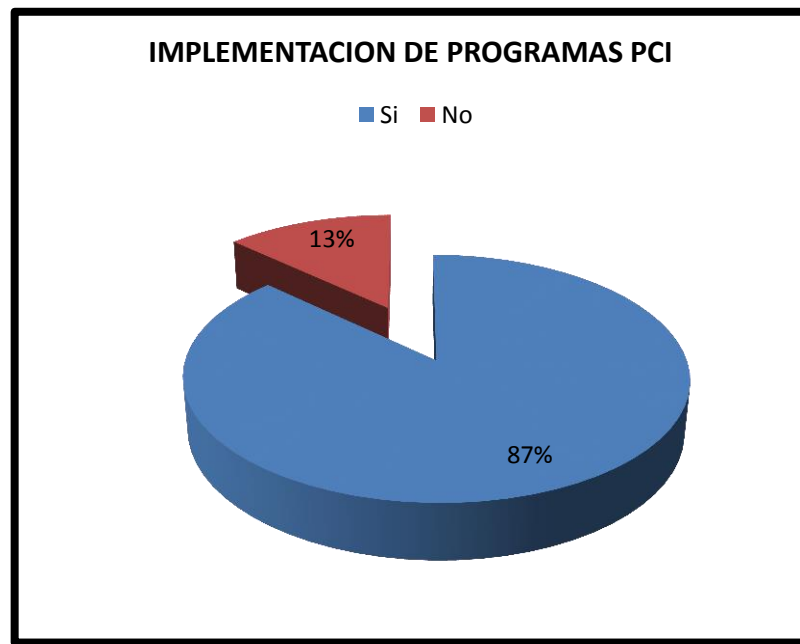


GRÁFICO 19. ESTARÍA DE ACUERDO EN LA IMPLEMENTACIÓN DE PROGRAMAS PARA EL USO Y APROVECHAMIENTO DEL PCI TURISTAS NACIONALES

El 87% de los encuestados manifestaron que si se debería implementar programas de uso u aprovechamiento del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo mientras que el 13% manifestó que no.

c. Perfil del turista nacional

Se determinó que del 100% de turistas nacionales el rango de edad de los mismos oscila entre 41 – 45 años seguidos del 15% que oscila entre 26 a 30 años como porcentajes altos, de los cuales el 69% son de sexo masculino mientras que el 31% corresponden al sexo femenino. Los cuales provienen de Guayaquil (24%), Macas (17%), Ambato (16%), Cuenca (8%), Tena (7%), Latacunga (6%), Puyo (5%) y Guaranda (5%). Los mismos que son estudiantes en un 29%, empleados públicos 22%, empleados privados 17%, profesionales 11% , jubilados 9% y se ocupan en otros trabajos el 12%. Los mismos que tienen un ingreso económico mensual de 250 – 500 USD un 43%, 1000 – 1500 USD un 24%, 500 – 1000 USD 22% y más de 1500 USD mensuales un 11%.

Al momento de viajar el 89% lo hacen de forma independiente mientras que el 11% lo hacen a través de agencias de viajes u operadoras de turismo. En los viajes que suelen realizar prefieren hacerlo el 56% en feriados, en vacaciones el 27%, en fines de semana el 13% y nunca viajan el 4%. El 37% viajan por motivos de turismo, el 27% por estudios, el 20% visita a familiares, el 12% por trabajo y el 4% por otros motivos. Lo que denota que el turismo es lo principal porque visitan la provincia de Chimborazo. Estos mismos turistas viajan anualmente en un 63%, mensualmente 27% y semanalmente viajan el 10%. Los mismos que prefieren realizar sus viajes acompañados de familiares en un 49%, viajan entre amigos en un 26%, prefieren viajar en pareja en un 17% y con otras personas viajan un 8%. En los viajes que realizan el 64% gastan por día entre 50 – 100 USD, el 21% gasta de entre 100 a 200 USD y el 15% suele gastar más de 200 USD.

Los medios utilizados por el medio de cual se informan los turistas son en su mayoría por medios de centros de información turística con un 31%, los que se informan a través de guías turísticas son en un 24%, mientras que el 22% se informan a través de televisión, por medio de internet solo el 14%, por radio el 7% y por revista el 2%. En lo que se refiere a su preferencia en cuanto al hospedaje el 35% de los turistas indicaron eligen un hotel como establecimiento de hospedaje, hostel el 22%, en hosterías y cabañas lo hacen un 15%, mientras que no es muy llamativo las casas comunitarias y campamentos como medios de alojamiento ya que solo el 7% y 6% eligen estos establecimientos para hospedarse. Los destinos preferidos por los turistas son Costa (42%), Sierra (30%), Amazonia (21%) y Galápagos (7%).

El 89% manifiesta que no es la primera vez que visita la provincia de Chimborazo mientras que 11% es la primera vez que está de visita por la provincia. De igual manera el 92% quiere que en la provincia se oferten productos turísticos culturales donde se den a conocer las tradiciones y costumbres de la misma, mientras que el 8% dice que no se oferten productos turísticos culturales. En lo que a actividades se refiere no se no muestran preferencia por una solo, sino que optan por varias como: visita a museos (21%). Convivencia cultura (19%), visita a

centros históricos (15%), visita a comunidades (14%), cabalgatas (13%), visita rutas arqueológicas (11%), y caminatas (7%).

Durante sus viajes la preferencia en cuanto a comida se refiere el 30% prefiere consumir comida nacional, el 25% comida tradicional, 23% comida internacional y platos la carta en un 22%.

En cuanto a que si estarían de acuerdo en la implementación de programas de aprovechamiento y uso turístico del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo el 87% está de acuerdo mientras que el 13% no lo está.

d. Caracterización de la demanda de turistas extranjeros

1) Edad de turistas extranjeros

Tabla 20. Edad turistas extranjeros

EDAD	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
15 – 25	35	35	35	35
26 – 30	12	47	12	47
31 – 35	6	53	6	53
36 – 40	18	71	18	71
41 – 45	9	80	9	80
46 – 50	10	90	10	90
51 – 55	6	96	6	96
56 – 60	4	100	4	100
Mayor de 60	0	100	0	100

Elaborado por: José Lliquín

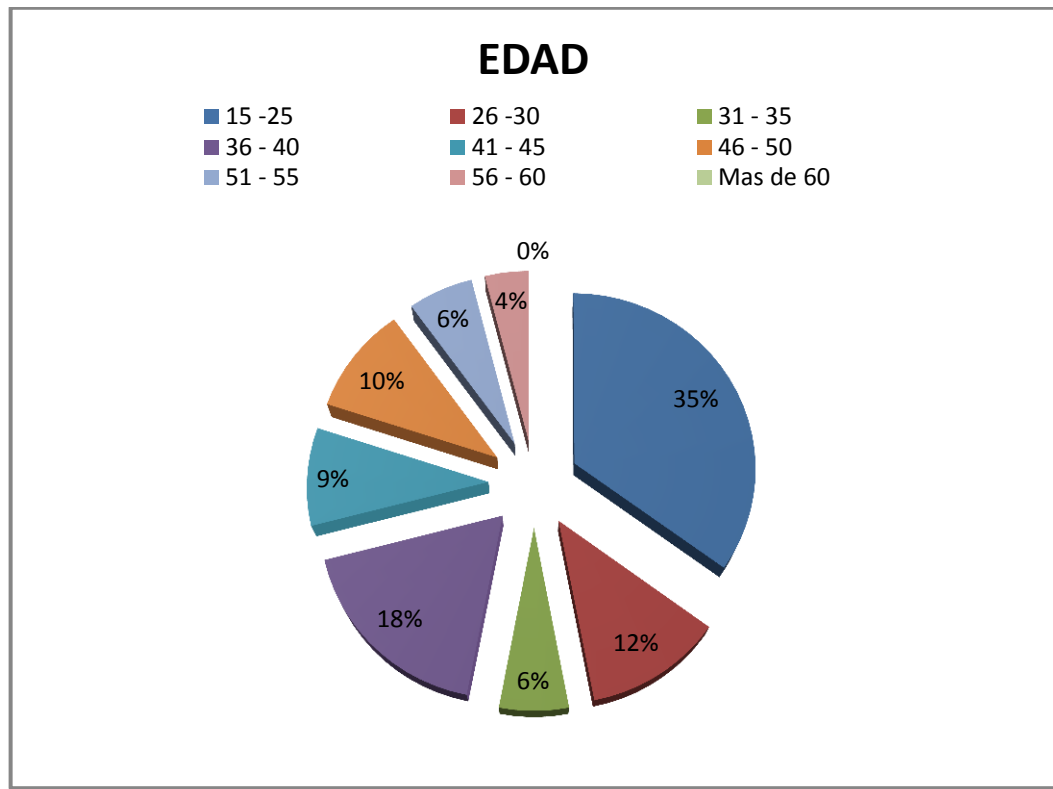


GRÁFICO 20. EDAD TURISTAS EXTRANJEROS

Después de tabular los datos se determinó que el 35% de los turistas extranjeros tienen una edad de entre 15 a 25 años, de entre 36 a 40 años un 18%, 12% están entre 26 a 30, 10 % entre 46 y 50 años, 9% 41 a 45 años, 6 % 31 a 35 años y solo el 4% de entre 56 a 60 años.

2) Sexo turistas extranjeros

Tabla 21. Sexo turistas extranjeros

SEXO	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Masculino	45	45	45	45
Femenino	55	100	55	100

Elaborado por: José Lliquín

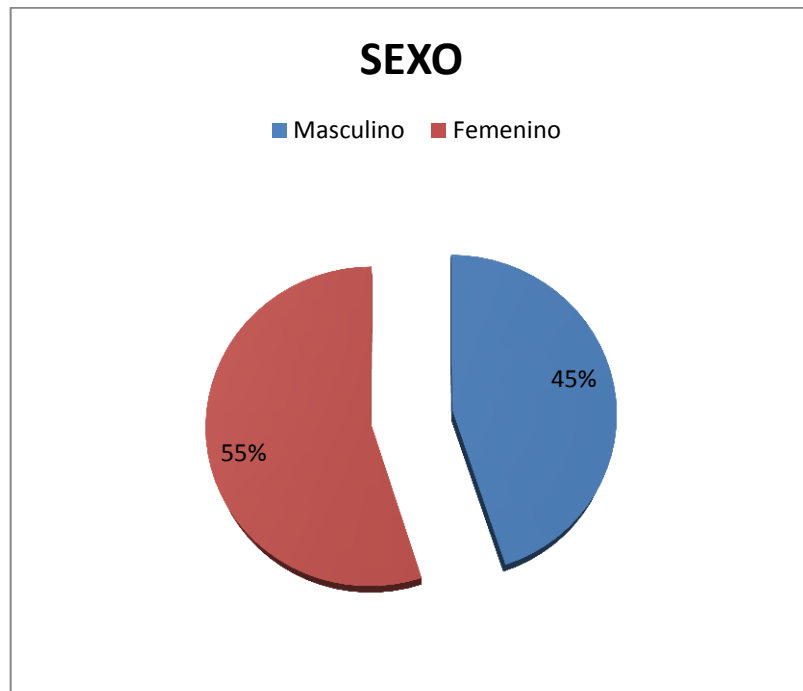


GRÁFICO 21. SEXO TURISTAS EXTRANJEROS

Se determinó que el 55% de los encuestados son de sexo masculino mientras que el 45% corresponde al sexo femenino

3) Procedencia de turista extranjeros

Tabla 22. Procedencia de turistas extranjeros

PROCEDENCIA	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Francia	20	20	20	20
Alemania	13	33	13	33
Holanda	15	48	15	48
Canadá	4	52	4	52
EE UU	11	63	11	63
Inglaterra	23	86	23	86
Suiza	14	100	14	100

Elaborado por: José Lliquín

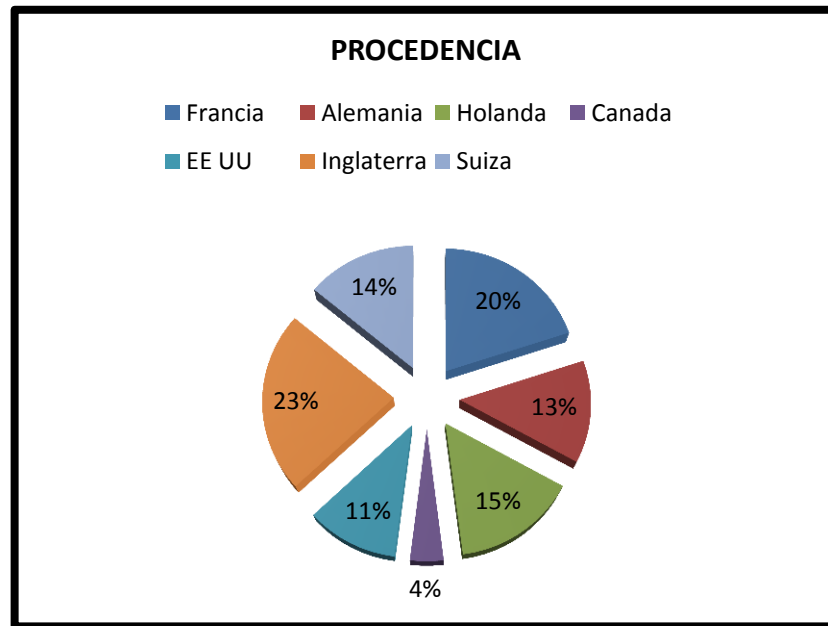


GRÁFICO 22. PROCEDENCIA TURISTAS EXTRANJEROS

En cuanto al lugar de procedencia de los turistas extranjeros el 23% provienen de Inglaterra, el 20% de Francia, el 15% de Holanda, el 14% de Suiza, el 13% de Alemania, el 11% de EE UU y el 4% de Canadá.

4) Ocupación turistas extranjeros

Tabla 23. Ocupación turistas extranjeros

OCUPACIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Empleado público	20	20	20	20
Empleado privado	11	31	11	31
Profesional	22	53	22	53
Estudiante	33	86	33	86
Jubilado	5	91	5	91
Otro	9	100	9	100

Elaborado por: José Lliquín

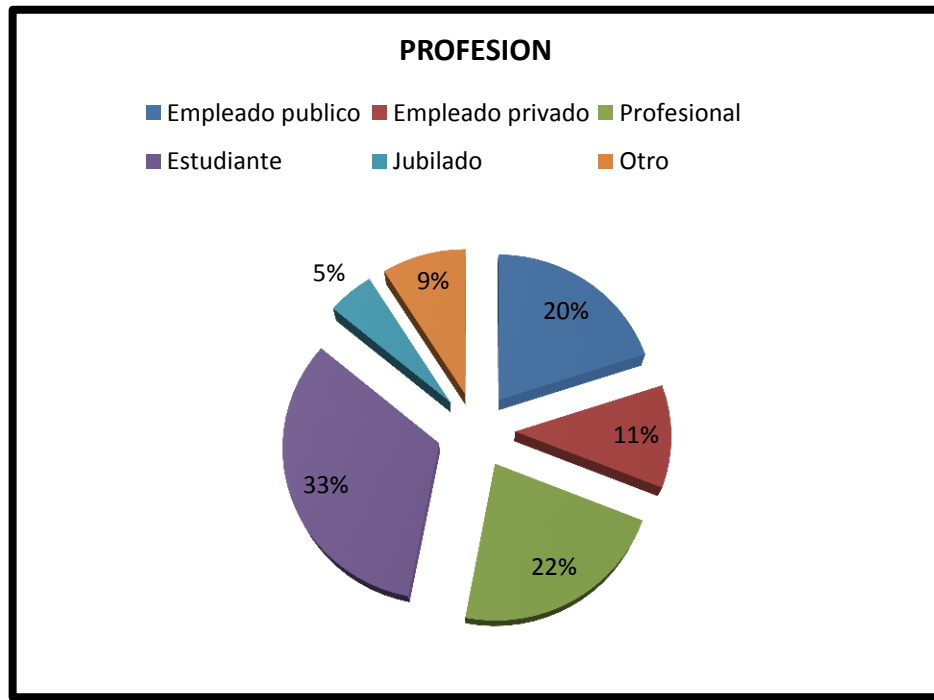


GRÁFICO 23. PROFESIÓN TURISTAS EXTRANJEROS

Según las encuestas realizadas a los turistas extranjeros el 33% son estudiantes, el 22% profesionales, el 20% empleados públicos, el 11% empleado privado, el 9% otras ocupaciones y el 5% jubilados.

5) Ingresos económicos turistas extranjeros

Tabla 24. Ingresos económicos turistas extranjeros

INGRESOS ECONÓMICOS	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
250 – 500 USD	13	13	13	13
500 – 1000 USD	45	58	45	58
1000 – 1500 USD	34	92	34	92
Más de 1500 USD	8	100	8	100

Elaborado por: José Lliquín

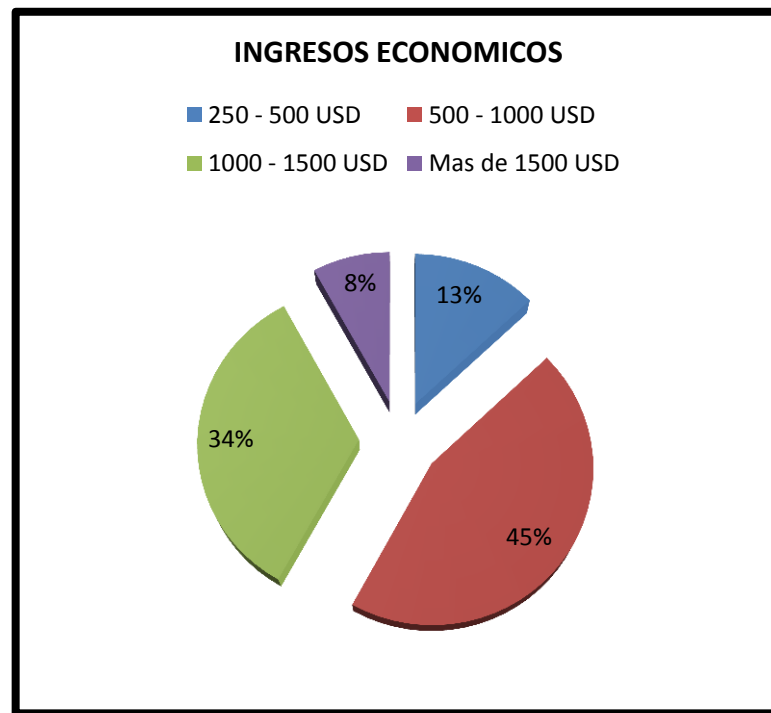


GRÁFICO. 24. INGRESOS ECONÓMICOS TURISTAS EXTRANJEROS

El 45% de los extranjeros encuestados tienen unos ingresos económicos de entre 500 – 1000 USD, el 34% de entre 1000 – 1500 USD, el 13% entre 250 – 500 USD y el 8% tienen un ingreso económico de las de 1500 USD.

6) Turistas extranjeros viajan a través de

Tabla 25. Turistas extranjeros viajan a través de

VIAJA A TRAVES DE	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Agencia de viajes / operadora	58	58	58	58
Forma independiente	42	100	42	100

Elaborado por: José Lliquín

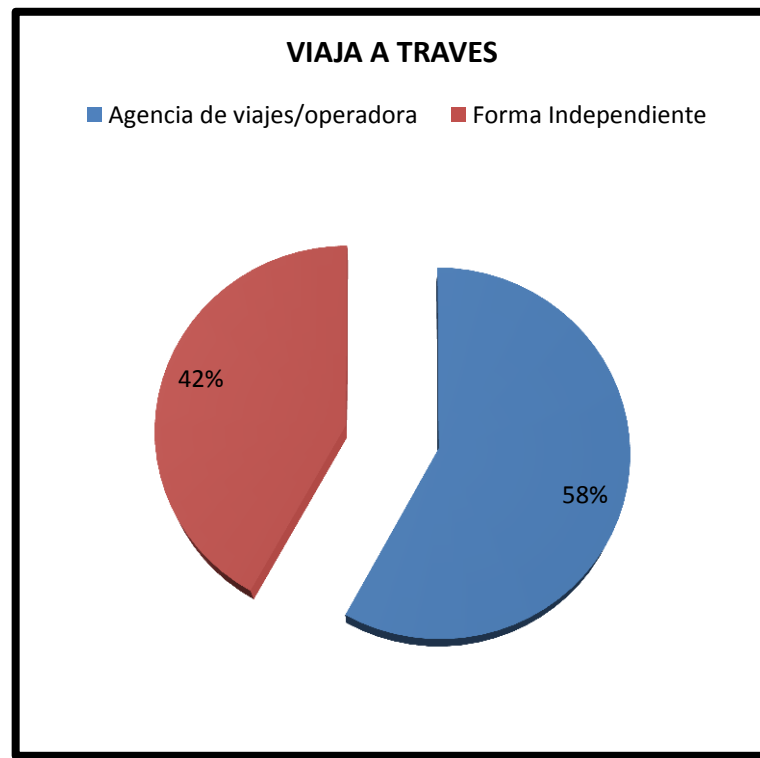


GRÁFICO 25. TURISTAS EXTRANJEROS VIAJAN A TRAVÉS DE

Los datos tabulados arrojaron que el 58% de los turistas extranjeros viajan utilizando los servicios de una agencia de viajes u operadora mientras que el 42% lo hacen de forma independiente.

7) Preferencia de viaje turistas extranjeros

Tabla 26. Preferencia de viaje turistas extranjeros

PREFERENCIA DE VIAJE	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Fin de semana	31	31	31	31
Vacaciones	37	68	37	68
Feriado	32	100	32	100
Nunca	0	100	0	100

Elaborado por: José Lliquín

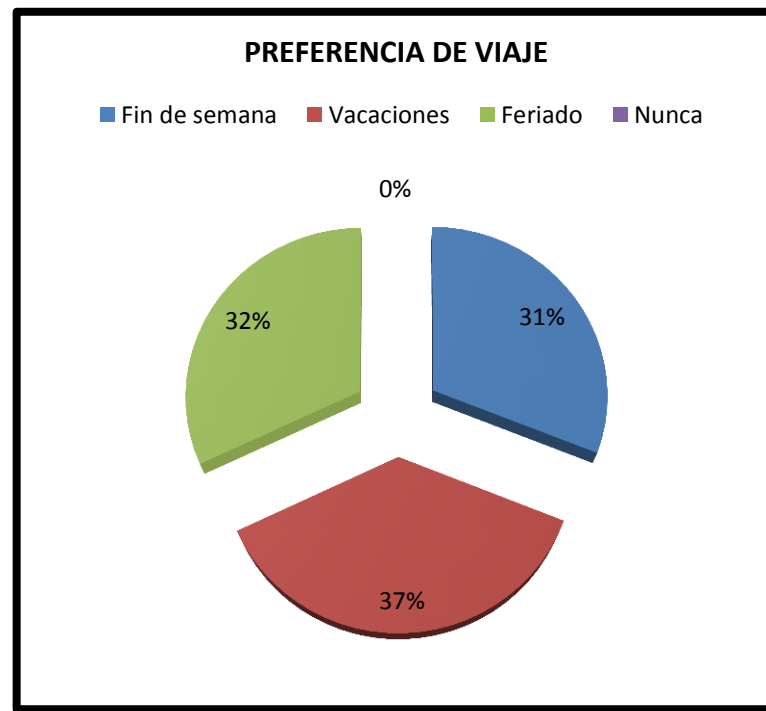


GRÁFICO 26. PREFERENCIA DE VIAJE TURISTAS EXTRANJEROS

Se concluyó que el 37% de los extranjeros encuestados prefieren hacer sus viajes en vacaciones, el 32% en feriados mientras que el 31% lo hacen los fines de semana.

8) Motivo de viaje turistas extranjeros

Tabla 27. Motivo de viaje turistas extranjeros

MOTIVO DE VIAJE	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Turismo	78	78	78	78
Trabajo	3	81	3	81
Estudios	11	92	11	92
Visita a familiares	0	92	0	92
Otros	8	100	8	100

Elaborado por: José Lliquín

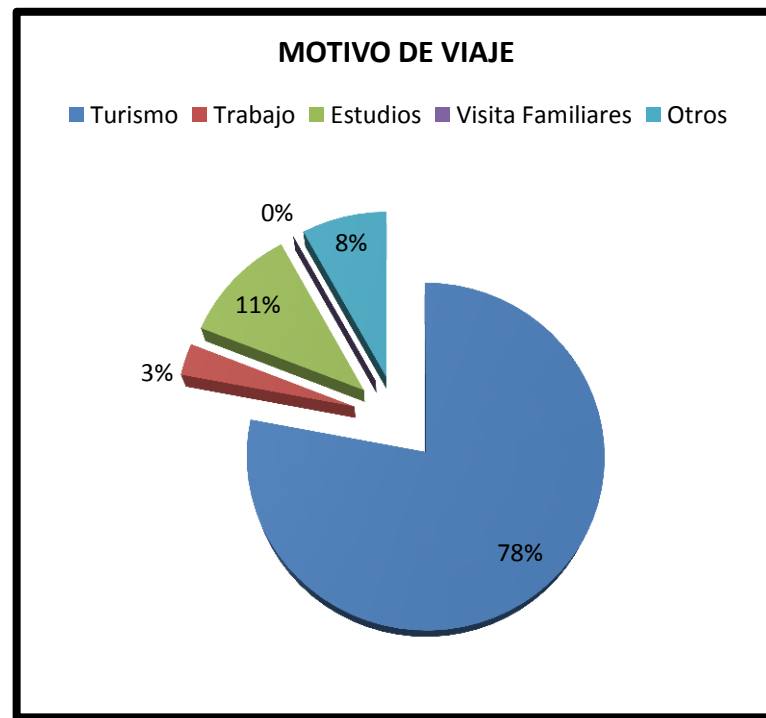


GRÁFICO 27. MOTIVO DE VIAJE TURISTAS EXTRANJEROS

El motivo se viaje de los turistas extranjeros los hacen por turismo en un 78%, por estudios en un 11%, por otros motivos en un 8% y por trabajo en un 3%.

9) Frecuencia de viaje turistas extranjeros

Tabla 28. Frecuencia de viaje turistas extranjeros

FRECUENCIA DE VIAJE	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Anualmente	45	45	45	45
Mensualmente	28	73	28	73
Semanalmente	27	100	27	100

Elaborado por: José Lliquín

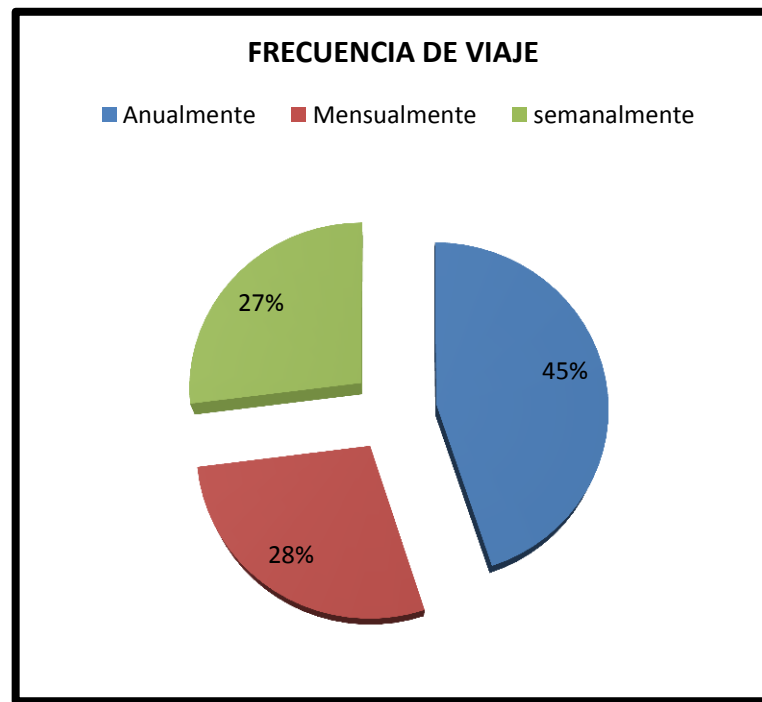


GRÁFICO 28. FRECUENCIA DE VIAJE TURISTAS EXTRANJEROS

Se concluyó que el 45% de los turistas extranjeros viajan anualmente, el 28% mensualmente y el 27% lo hacen semanalmente.

10) Con quien prefiere viajar los turistas extranjeros

Tabla 29. Con quien prefiere viajar los turistas extranjeros

PREFIERE VIAJAR CON:	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Familiares	31	31	31	31
Amigos	39	70	39	70
En pareja	12	82	12	82
Otros	18	100	18	100

Elaborado por: José Lliquín

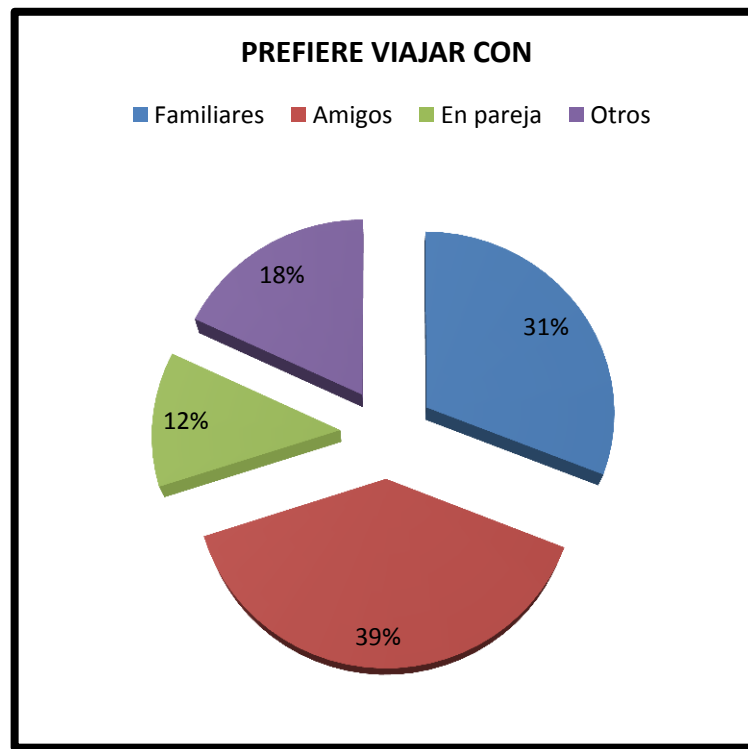


GRÁFICO 29. CON QUIEN PREFIERE VIAJAR LOS TURISTAS EXTRANJEROS

Los datos tabulados indicaron que el 39% de los turistas extranjeros prefieren viajar entre amigos, el 31% con familiares, el 18% entre otros y en pareja lo hacen el 12%.

11)Gastos de viaje por día turistas extranjeros

Tabla 30. Gastos de viaje por día turistas extranjeros

GASTOS DE VIAJE POR DIA	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
50 – 100 USD	40	40	40	40
100 – 200 USD	47	87	47	87
Más de 200 USD	13	100	13	100

Elaborado por: José Lliquín

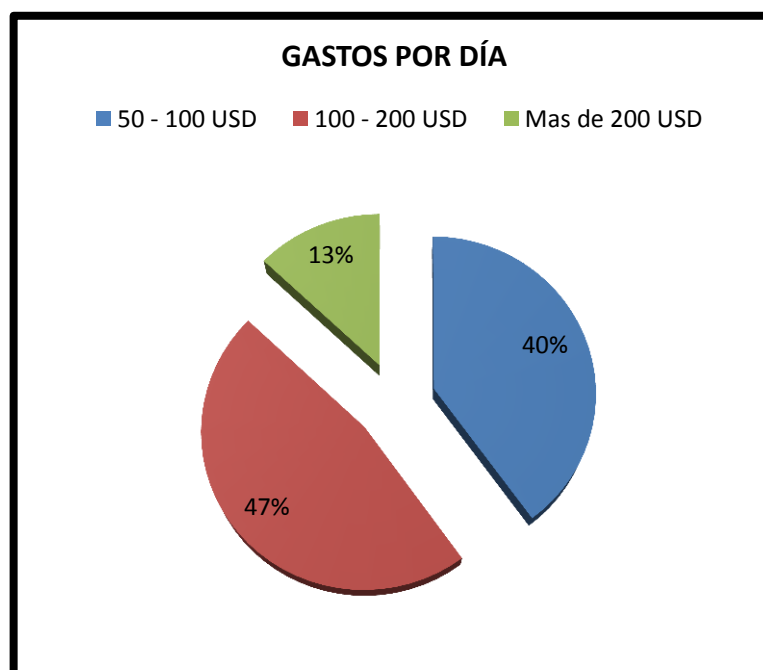


GRÁFICO 30. GASTOS DE VIAJE POR DÍA TURISTAS EXTRANJEROS

El 47% de los turistas extranjeros tienen un gasto promedio por día de entre 100 a 200 USD, el 40% de 50 a 100 USD y el 13% de los encuestados gastan más de 200 USD por día

12) Medios de información utilizados por turistas extranjeros

Tabla 31. Medios de información utilizados por turistas extranjeros

MEDIOS DE INFORMACIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. ACUMULADA A.	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Televisión	10	10	10	10
Radio	2	12	2	12
Internet	39	51	39	51
Guías turística	22	73	22	73
Centros de información turística	14	87	14	87
Revistas	13	100	13	100

Elaborado por: José Lliquín

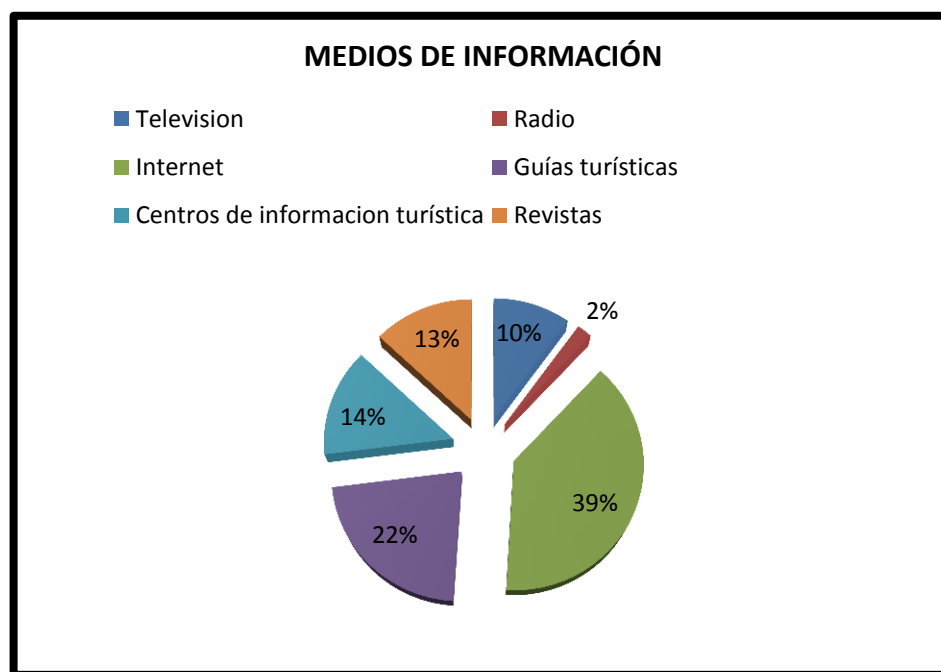


GRÁFICO 31. MEDIOS DE INFORMACIÓN UTILIZADOS POR TURISTAS EXTRANJEROS

El 39% de los turistas extranjeros encuestados manifestó que se informan de los lugares turísticos a través de internet, el 22% por medio de guías turísticas, el 14% lo hacen en centros de información turística, el 13% por medio de revistas, el 10% por medio de la televisión y el 2% lo hacen a través de radio.

13) Tipo de alojamiento preferido por turistas extranjeros

Tabla 32. Tipo de alojamiento preferido por turistas extranjeros

ALOJAMIENTO	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Hotel	33	33	33	33
Hostería	13	46	13	46
Hostal	11	57	11	57
Cabañas	22	79	22	79
Campamentos	7	86	7	86
Casas comunitarias	14	100	14	100

Elaborado por: José Lliquín

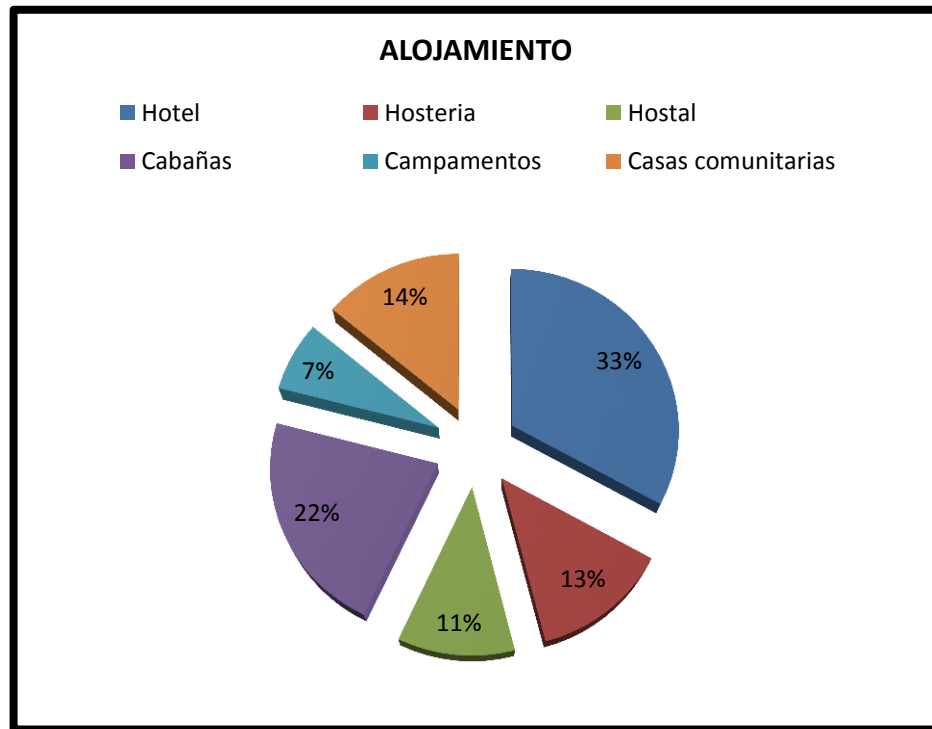


GRÁFICO 32. TIPO DE ALOJAMIENTO PREFERIDO POR TURISTAS EXTRANJEROS

El 33% de los turistas extranjeros manifestó que prefieren alojarse en hotel, el 22% en cabañas, el 14% en casas comunitarias, el 13% en hosterías, el 11% en hostales y el 7% manifestaron que prefieren hospedarse en campamentos.

14) Destino preferido por turistas extranjeros

Tabla 33. Destino preferido por turistas extranjeros

DESTINO PREFERIDO	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. A. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Costa	26	26	26	26
Sierra	31	57	31	57
Amazonía	24	81	24	81
Galápagos	19	100	19	100

Elaborado por: José Lliquín

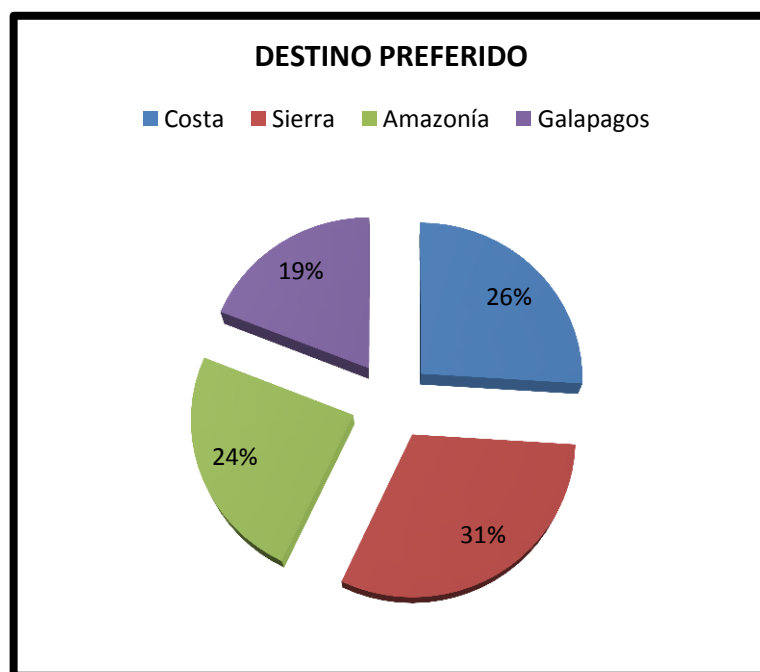


GRÁFICO 33. DESTINO PREFERIDO POR TURISTAS EXTRANJEROS

En cuanto al destino preferido que desean visitar el 31% manifestó que prefieren visitar la región Sierra, el 26% la región Costa, el 24% la Amazonía y Galápagos prefieren visitarlo el 19%.

15) Primera visita a la provincia de Chimborazo por turistas extranjeros

Tabla 34. Primera vez que visita la provincia de Chimborazo por turistas extranjeros

PRIMERA VEZ QUE VISITA LA PROV. DE CHIMBORAZO	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. ACUMULADA A.	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Si	22	22	22	22
No	78	100	78	100

Elaborado por: José Lliquín

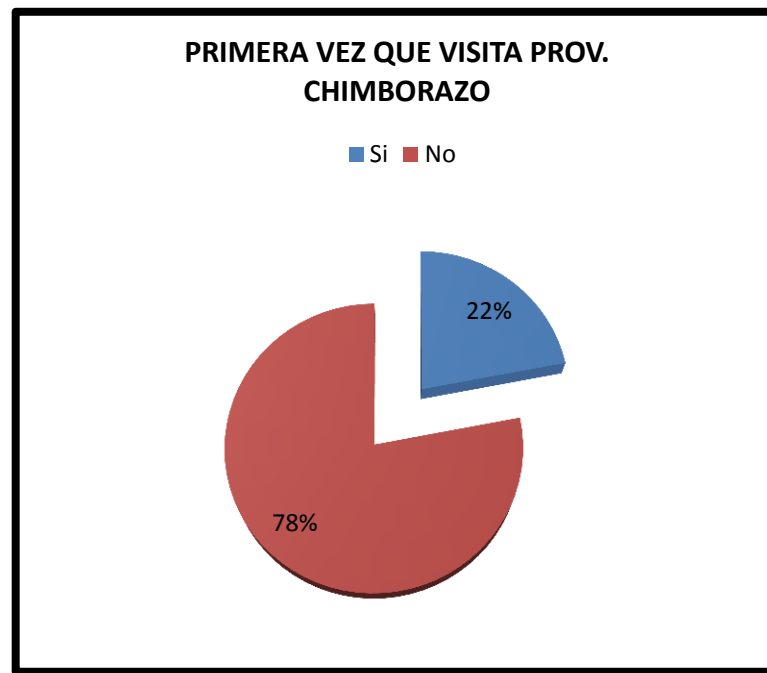


GRÁFICO 34. PRIMERA VEZ QUE VISITA LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO POR TURISTAS EXTRANJEROS

El 78% de los turistas encuestados manifestaron que no es la primera vez que visitan la provincia de Chimborazo, mientras que el 22% manifestó que es la primera vez que la visita.

16) Le gustaría que se oferten productos turísticos culturales en la prov. De Chimborazo turistas extranjeros

Tabla 35. Le gustaría que oferten productos turísticos culturales en la provincia de Chimborazo

OFERTA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS CULTURALES	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. ACUMULADA A.	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Si	97	97	97	97
No	3	100	3	100

Elaborado por: José Lliquín

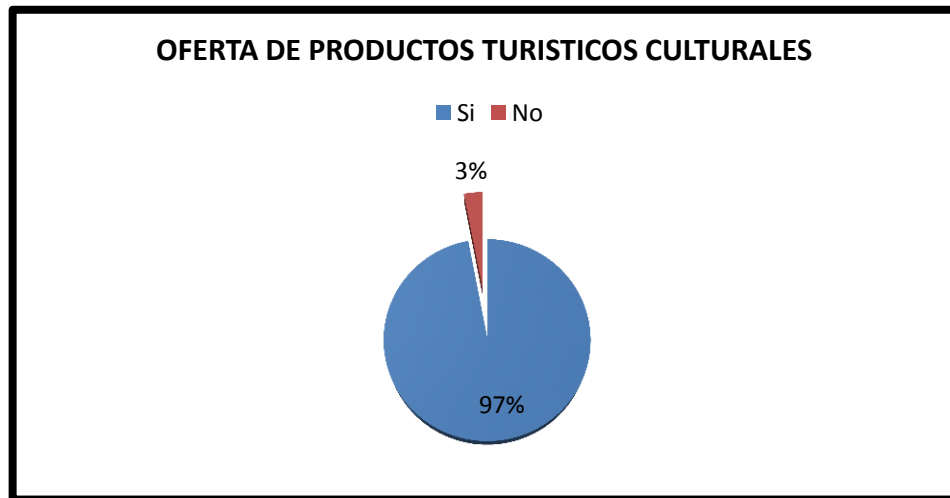


GRÁFICO 35. LE GUSTARÍA QUE OFERTEN PRODUCTOS TURÍSTICOS CULTURALES EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO TURISTAS EXTRANJEROS

El 97% de los turistas extranjeros manifestó que si se deberían ofertar productos turísticos culturales en donde se conozca las costumbres y tradiciones de la provincia, mientras que el 3% manifestó que no.

17) Actividades a realizarse en un producto turístico cultural turistas extranjeros

Tabla 36. Actividades a realizarse en un producto turístico cultural turistas extranjeros

ACTIVIDADES A REALIZARSE EN UN PRODUCTO TURISTICO CULTURAL	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. ACUMULADA	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Convivencia cultural	19	19	19	19
Visita rutas arqueológicas	17	36	17	36
Visita museos	9	45	9	45
Visita centros históricos	25	70	25	70
Caminatas	11	81	11	81
Cabalgatas	11	92	11	92
Visitas a comunidades	8	100	8	100

Elaborado por: José Lliquín

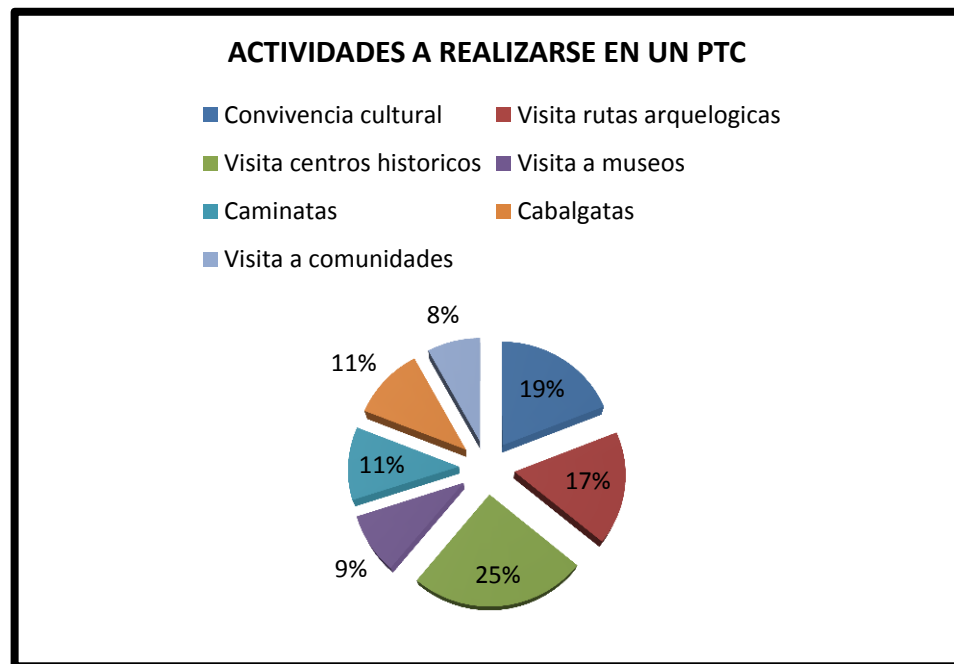


GRÁFICO 36. ACTIVIDADES A REALIZARSE EN UN PRODUCTO TURÍSTICO CULTURAL TURISTAS EXTRANJEROS

Se determinó que el 25% de los turistas extranjeros encuestados desean que se realicen actividades en los productos turísticos culturales en cuanto a visita de centros históricos se refiere, el 19% desean que se realicen convivencia cultural, el 17% visitas a rutas arqueológicas, el 11% caminatas, cabalgatas 11%, el 9% visita a museos y el 8% visita a comunidades.

18) Tipo de comida a consumir por turistas extranjeros

Tabla 37. Tipo de comida a consumir por turistas extranjeros

TIPO DE COMIDA A CONSUMIR	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. ACUMULADA A.	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Comida tradicional	41	41	41	41
Comida nacional	25	66	25	66
Comida internacional	5	71	5	71
Platos a la carta	29	100	29	100

Elaborado por: José Lliquín

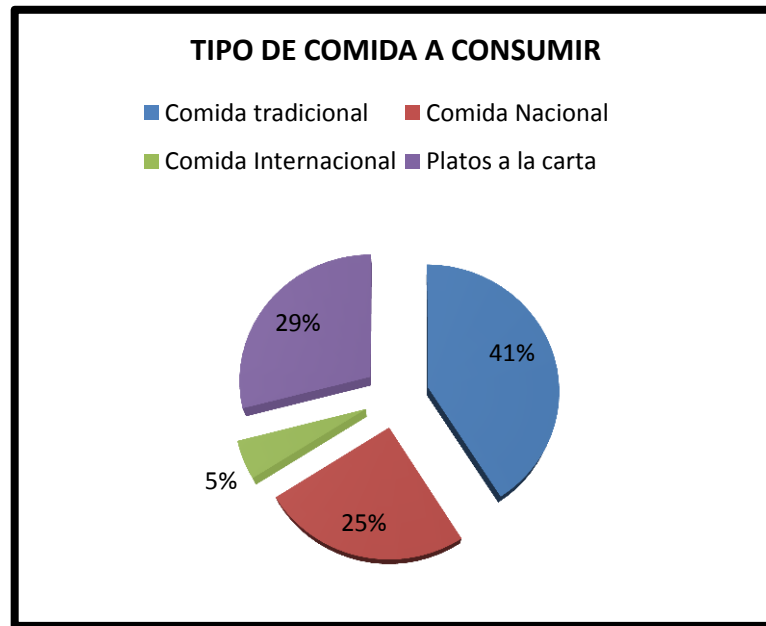


GRÁFICO 37. TIPO DE COMIDA A CONSUMIR POR TURISTAS EXTRANJEROS

En cuanto al tipo de comida que prefieren consumir el 41% de los encuestados prefieren consumir comida tradicional, el 29% platos a la carta, el 25% comida nacional y el 5% se inclina por la comida internacional.

19) Estaría de acuerdo en la implementación de programas para el uso y aprovechamiento del PCI turistas extranjeros

Tabla 38. Estaría de acuerdo en la implementación de programas para el uso y aprovechamiento del PCI

ESTARIA DE ACUERDO EN LA DE IMPLEMENTACION PROGRAMAS DEL PCI	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	F. ABSOLUTA	F. ACUMULADA A.	F. RELATIVA %	F.R ACUMULADA %
Si	81	81	81	81
No	19	100	19	100

Elaborado por: José Lliquín

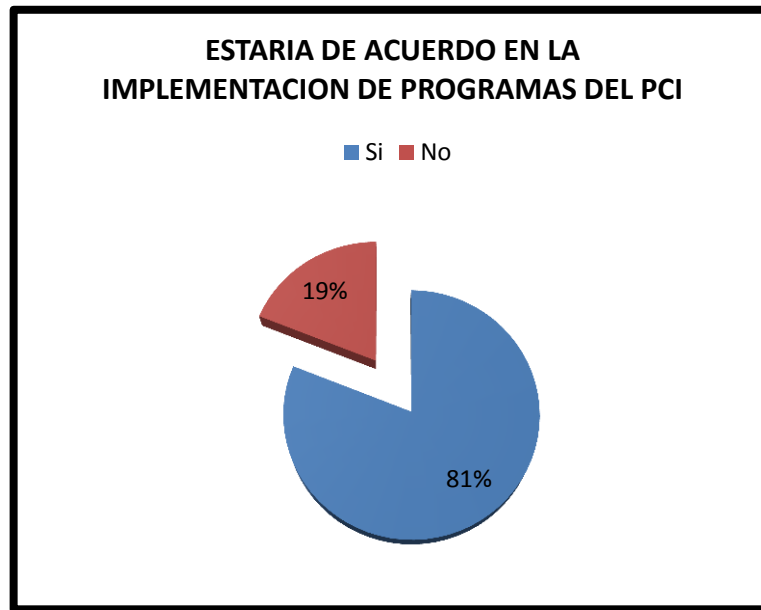


GRÁFICO 38. ESTARÍA DE ACUERDO EN LA IMPLEMENTACIÓN DE PROGRAMAS PARA EL USO Y APROVECHAMIENTO DEL PCI

El 81% de los turistas extranjeros encuestados se manifestaron con un si en cuanto a si estarían de acuerdo en la implementación de programas del patrimonio cultural inmaterial para su uso y aprovechamiento, mientras que el 19% manifestaron que no.

e. Perfil del turista extranjero

Se determinó que del 100% de turistas extranjeros encuestados el rango de edad de los mismos oscila entre 15 – 25 años seguidos del 18% que oscila entre 36 a 40 años como porcentajes altos, de los cuales el 45% son de sexo masculino mientras que el 55% corresponden al sexo femenino. Los cuales provienen de Inglaterra (23%), Francia (20%), Holanda (15%), Suiza (14%), Alemania (13%), EE UU (11%), Canadá (4%). Los mismos que son estudiantes en un 33%, profesionales 22% empleados públicos 20%, empleados privados 11%, jubilados 5% y se ocupan en otros trabajos el 9%. Los mismos que tienen un ingreso

económico mensual de 500 – 1000 USD 45%, 1000 – 1500 USD un 34%, 250 – 500 USD un 13%, y más de 1500 USD mensuales un 8%.

Al momento de viajar el 58% lo hacen a través de agencias de viajes u operadoras de turismo mientras que el 42% lo hacen de forma independiente. En los viajes que suelen realizar prefieren hacerlo el 37% en vacaciones, en feriados el 32%, en fines de semana el 31%. El 78% de los mismos turistas viajan por motivos de turismo, el 11% por estudios, el 8% por otra clase de motivos y el 3% lo hacen por motivos de trabajo. Lo que denota que el turismo es lo principal porque visitan la provincia de Chimborazo. Estos mismos turistas viajan anualmente en un 45%, mensualmente 28% y semanalmente viajan el 27%. Los mismos que prefieren realizar sus viajes acompañados de amigos en un 39%, viajan en familia en un 31%, prefieren viajar en pareja en un 12% y con otras personas viajan un 18%. En los viajes que realizan el 47% gastan por día entre 100 a 200 USD, el 40% gasta de entre 50 a 100 USD y el 13% suele gastar más de 200 USD.

Los medios utilizados por el medio de cual se informan los turistas son en su mayoría por medio de internet con un 39%, los que se informan a través de guías turísticas son en un 22%, mientras que el 14% se informan en centros de información turística, por medio de la televisión solo el 10%, por revistas el 13% y por radio el 2%. En lo que se refiere a su preferencia en cuanto al hospedaje el 33% de los turistas extranjeros indicaron eligen un hotel como establecimiento de hospedaje, cabañas el 22%, en casas comunitarias el 14%, en hosterías el 11%, en hostales lo hacen un 11%, y campamentos como medios de alojamiento solo el 7%. Los destinos preferidos por los turistas son Sierra (31%), Costa (26%), Amazonia (24%) y Galápagos (19%).

El 78% manifiesta que no es la primera vez que visita la provincia de Chimborazo mientras que 22% es la primera vez que está de visita por la provincia. De igual manera el 97% quiere que en la provincia se oferten productos turísticos culturales donde se den a conocer las tradiciones y costumbres de la misma,

mientras que el 3% dice que no se oferten productos turísticos culturales. En lo que a actividades se refiere no se muestran preferencia por una sola, sino que optan por varias como: visita a museos (9%). Convivencia cultura (19%), visita a centros históricos (25%), visita a comunidades (8%), cabalgatas (11%), visita rutas arqueológicas (17%), y caminatas (11%).

Durante sus viajes la preferencia en cuanto a comida se refiere el 25% prefiere consumir comida nacional, el 41% comida tradicional, 5% comida internacional y platos la carta en un 29%.

En cuanto a que si estarían de acuerdo en la implementación de programas de aprovechamiento y uso turístico del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo el 81% está de acuerdo mientras que el 19% no lo está.

C. FORMULACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN FILOSÓFICA Y ESTRATÉGICA DE LA PROPUESTA TÉCNICA PARA EL PROGRAMA DE APROVECHAMIENTO Y USO TURÍSTICO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

1. Análisis situacional

Para realizar el análisis situacional tanto del sistema turístico como del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo mediante las salidas de campo en los diferentes cantones de la provincia de Chimborazo se han podido establecer e identificar una serie de elementos del análisis FODA, en donde se definieron las fortalezas y debilidades como factores internos, y como factores externos oportunidades y amenazas.

a. Análisis FODA

1) Aplicación de la matriz FODA del sistema turístico de la Provincia de Chimborazo

Cuadro 5. Matriz FODA del sistema turístico de la provincia de Chimborazo

	FACTORES INTERNOS		FACTORES EXTERNOS	
SISTEMA TURÍSTICO	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Atractivos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos naturales y culturales de gran potencial turístico como la Reserva de Producción Faunística y el Viaje del Tren que mantienen una jerarquía de IV y III respectivamente que se conjugan con otros atractivos turísticos. - Creación de dos rutas turísticas en la categoría manifestaciones culturales con 	<ul style="list-style-type: none"> - Deterioro en algunos de los atractivos turísticos - Desconocimiento de muchos de los atractivos a nivel nacional y provincial - Falta de capacitación para operadores turísticos y turistas. - Falta de actividades turísticas para ofertar a turistas nacionales y extranjeros. - Escaso recursos 	<ul style="list-style-type: none"> - Creciente interés en los extranjeros en conocer los atractivos turísticos - Apoyo de ministerios como de Ambiente, Cultura, Turismo para preservar y conservar los atractivos turísticos - Diversidad de atractivos turísticos - Alto potencial para un desarrollo turístico. - Articulación de los 	<ul style="list-style-type: none"> - Insuficientes estudios en temas de conservación y protección de atractivos turísticos - El cambio climático afecta a los atractivos turísticos - Los desastres naturales que afectan la calidad de los atractivos turísticos

	<p>alto potencial turístico como son las rutas del tren denominas De los ancestros y del Hielo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Existencia y fortalecimiento de 11 centros de turismo comunitario en la provincia de Chimborazo que ofertan una diversidad de actividades tanto naturales como culturales - Ubicación geográfica adecuada, por ser una provincia que se encuentra en el centro del país. - Alto potencial turístico natural y cultural; (yacimientos arqueológicos, casas patrimoniales, y una gama de manifestaciones 	<p>económicos para la promoción y conservación de los atractivos turísticos</p>	<p>atractivos turísticos de la zona para promoción y difusión</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Chimborazo apoya en el cuidado y protección tanto en el ámbito cultural como natural. - Consorcio Nacional de Juntas Parroquiales apoya en la gestión de los recursos naturales y culturales. 	
--	--	---	---	--

	<p>culturales únicas)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ubicación de los atractivos debido a su proximidad - Presencia de varios pisos climáticos en donde existen variedad de atractivos turísticos - Atractivos turísticos con categoría manifestaciones culturales de jerarquía III. - Existencia de dos importantes atractivos turísticos de la categoría sitios naturales con jerarquía IV. como son el Parque Nacional Sangay, Reserva de Producción Faunística de Chimborazo. 			
Servicios Básicos	- Servicios básicos de alta calidad en las	- Insuficiente cobertura de	- Fuente de inversión social que el	- Priorización de otros territorios para

	zonas urbanas de la provincia	servicios básicos en general en las zonas rurales de la provincia	gobierno central realiza en zonas rurales - Ejecución del Plan Nacional del Buen Vivir, el cual tiende a satisfacer las necesidades básicas de algunos territorios de la provincia	inversión pública y/o privada - Reducción de las fuentes de agua en las zonas rurales para la dotación del servicio de agua potable - Comunidades indígenas y campesinas con deficientes servicios básicos indispensables para la promoción del turismo
Planta Turística	<ul style="list-style-type: none"> - Existencia de planta turística diversificada, ya que posee toda clase de alojamiento de primera, segunda y tercera categoría lo que permite la pernoctación cómoda del turista - Diversidad de 	<ul style="list-style-type: none"> - La planta hotelera se encuentra básicamente en su mayoría en la capital provincial lo que perjudica a los atractivos de estas - Falta de productos turísticos - Personal limitado en cuanto a servicios 	<ul style="list-style-type: none"> - Proyecciones de crecimiento del mercado turístico hacia una mejor oferta. - Medios de comunicación que ofertan de una manera adecuada la oferta turística. - Desarrollo e 	<ul style="list-style-type: none"> - Crisis que involucran el crecimiento de los insumos y servicios. - Falta de una planificación turística en el país y provincia - Falta de educación turística - Estudios de mercado deficientes que impiden el desarrollo

	servicios y precios competitivos	<p>turísticos como guías nativos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de capacitación al personal que oferta los servicios turísticos - Baja calidad de los servicios en algunos lugares - Algunos establecimientos aún no han sido incluidos en el catastro turístico de la provincia debido a que no son considerados como establecimientos de turismo 	implementación de nuevas rutas turística en la provincia	de proyectos turísticos
Infraestructura	- La provincia cuenta con infraestructura de información turística del Ministerio de Turismo, y con el eje regional de información e	<ul style="list-style-type: none"> - Poca información de lugares turísticos. - Poca señalización turística - Falta de mantenimiento de algunas vías de 		

	<p>investigación del MINTUR.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Red vial eficiente que permite la conexión entre algunas rutas turísticas. - Eficiente seguridad a turistas tanto nacionales como extranjeros. - Terminal terrestre a donde llegan buses de la mayoría de lugares del país. 	<p>acceso.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Horarios de atención de rutas son mínimos. 		
Superestructura	<ul style="list-style-type: none"> - Marco legal adecuado que salvaguarda a los bienes inmateriales, para su protección y conservación. - Instituciones públicas y privadas que ayudan al fortalecimiento económico – social. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de departamentos de turismo en la mayoría de cantones de la provincia - Falta de capacitación para el desarrollo de emprendimientos turísticos de algunas localidades. - Falta de coordinación de 	<ul style="list-style-type: none"> - Programas de capacitación por parte del Ministerio de Turismo en algunos aspectos. - Apoyo de entidades gubernamentales tanto provinciales como nacionales, en diferentes emprendimientos turísticos. - Asignación de 	<ul style="list-style-type: none"> - Debilidad de organismos locales para el emprendimiento en el turismo y asumir competencias en turismo. - Aprovechamiento bajo de los recursos asignados por el gobierno para el sector turístico.

		<p>parte del gobierno local con algunas instituciones públicas para el fortalecimiento turístico.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de gestión de las autoridades de turno. 	<p>recursos para el desarrollo turístico</p> <ul style="list-style-type: none"> - Financiamiento para el desarrollo proyectos de turismo comunitario por parte de algunas OGs y ONGs. - Fortalecimiento de planes de desarrollo locales. 	
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> - Catálogos, revistas, folletos en donde se oferta adecuadamente algunos productos turísticos de interés. - Edición de varios folletos turísticos en donde detallan la oferta turística del territorio. - Agentes de comercialización que cada vez ofertan productos turísticos innovadores 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de oficinas de turismo en algunos lugares lo que impide la promoción turística - Falta de comercialización de algunos productos turísticos. - Descoordinación en el estructuramiento de algunas agencias de viajes que no estructuran sus productos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Entidades dedicadas a la promoción y comercialización de productos turísticos. - Organismos públicos y privados que trabajan en la concentración de servicios y oferta para la comercialización. - Conexión entre organismos públicos y privados cuyo objetivo es promocionar e impulsar los destinos 	<ul style="list-style-type: none"> - Mal uso de la información turística que se presenta en los diferentes medios de comunicación.

			turísticos. - Distintas autoridades y sus administraciones apoyan y favorecen el producto turístico a través de acciones de promoción (ferias, catálogos y folletos)	
--	--	--	---	--

Fuente: Salidas de campo
 Elaborado por: José Lliquín

2) Aplicación de la matriz FODA del patrimonio cultural inmaterial de la Provincia de Chimborazo

Cuadro 6. Matriz FODA del PCI de la provincia de Chimborazo

FACTORES INTERNOS		FACTORES EXTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Emergencia de movimientos ciudadanos para la protección del patrimonio cultural inmaterial - Procesos de re- 	<ul style="list-style-type: none"> - Escasa actividad cultural en la mayoría de sectores rurales de la provincia - Poca difusión y articulación de actividades culturales en la región - Desconocimiento de la 	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de planes de ordenamiento territorial que involucran el tema cultural - Proyectos culturales realizados últimamente en conservación del patrimonio cultural inmaterial 	<ul style="list-style-type: none"> - Centralización de actividades culturales en poblaciones rurales que tienen proyectos turísticos culturales definidos - Exoticación y mercantilización de lo tradicional, restringiéndoles al folklore

<p>etnificación de las poblaciones indígenas de algunas comunidades retomando actividades ancestrales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presencia de instituciones educativas involucradas en la conservación del patrimonio cultural inmaterial como polo de fomento al desarrollo cultural y la investigación patrimonial - Patrimonio cultural inmaterial asociado con el sector natural - Comunidades indígenas con gran diversidad cultural - Existencia de eventos o actividades culturales de trascendencia nacional o internacional ya consolidados. 	<p>población local sobre la legislación vigente sobre la protección del patrimonio cultural inmaterial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sensación de pérdida de las identidades locales comunales - Falta de un catastro sobre el patrimonio cultural inmaterial local - Falta de capacidades técnicas en organizaciones culturales - Falta de capacitación en operadores turísticos y en comunidades locales al momento de incluir manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial en su oferta turística - Falta de planes de desarrollo cultural y modelos de gestión del patrimonio cultural inmaterial en la mayoría de las comunidades - Falta de profesionales en gestión patrimonial 	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de algunas asociaciones culturales y programas informativos culturales y artísticos en la región - Creciente interés por crear y actualizar el catastro patrimonial inmaterial, publicaciones y estudios sobre el patrimonio local - Turismo rural asociado con las manifestaciones culturales de la región - Políticas del Ministerio de Cultura que involucra: descolonización, derechos culturales, cohesión social, interculturalidad. - Derechos culturales amparados por la constitución en la Ley de cultura. - Declaración como Patrimonio Inmaterial de la Nación a algunas manifestaciones como el Carnaval de Guamote 	<ul style="list-style-type: none"> - Desmantelamiento de espacios y bienes materiales culturales productos de obras públicas y acción de privados, a través de los cuales el patrimonio cultural inmaterial se manifiesta, transmite y reproduce. - Transformación y modificación de tradiciones, ritos sociales o religiosos con fines turísticos, en donde su origen y desarrollo se van modificando, el mismo que pierde su autenticidad - Migración
---	---	--	--

<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilidad al cambio de las manifestaciones inventariadas es baja debido a que diversos factores se insertan en las celebraciones o conmemoraciones del componente tales como gastronomía cotidiana y fiestas. - Existencia de soportes e informantes tales como personas,, colectividades o instituciones que han asumido roles de salvaguardia de los componentes de la cultura inmaterial - Presencia de la manifestación cultural Animero de Penipe solo en dos cantones de la provincia de Chimborazo - Presencia del patrimonio cultural inmaterial vivo como es el caso de la leyenda el 	<ul style="list-style-type: none"> - Patrimonio festivo que ya no cuenta con transversalidad cultural - Patrimonio alimentario existente solo en algunos cantones de la provincia de Chimborazo - No todos los cantones de la provincia de Chimborazo poseen patrimonio artesanal definido - Perdida de la esencia propia de las manifestaciones que incluyen las artes del espectáculo como es: danza, juegos, música 		
--	--	--	--

<p>ultimo hielero de Chimborazo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Existencia de espacios simbólicos , sitios sagrados como es el caso del Cerro Puñay, en donde se realizan rituales de carácter simbólico de gran importancia - Presencia de la medicina tradicional indígena en su gran mayoría en todos los cantones de la provincia de Chimborazo 			
--	--	--	--

Fuente: Salidas de campo
 Elaborado por: José LLiquín

b. Identificación y priorización de nudos críticos

Cuadro 7. Identificación y priorización de nudos críticos

NUDOS CRITICOS	PRIORIZACION DE NUDOS CRITICOS			
	DURACION	IMPACTO	DIFICULTAD	TOTAL
Escasa actividad cultural en la mayoría de sectores rurales de la provincia	2	2	3	7
Poca difusión y articulación de actividades y manifestaciones culturales inmateriales en la región	3	3	3	9
Desconocimiento de la población local sobre la legislación vigente sobre la protección del patrimonio cultural inmaterial	2	3	2	7
Sensación de pérdida de las identidades locales comunales	3	3	3	9
Falta de un catastro sobre el patrimonio cultural inmaterial local	1	3	3	7
Falta de capacidades técnicas en organizaciones culturales	3	3	3	9
Falta de capacitación en operadores turísticos y en comunidades locales al momento de incluir manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial en su oferta turística	3	3	3	9
Falta de planes de desarrollo cultural y modelos de gestión del patrimonio cultural inmaterial en la mayoría de las comunidades	2	3	3	8
Falta de profesionales en gestión patrimonial	3	3	3	9

Patrimonio festivo que ya no cuenta con transversalidad cultural	3	3	3	9
Patrimonio alimentario existente solo en algunos cantones de la provincia de Chimborazo	2	3	3	8
No todos los cantones de la provincia de Chimborazo poseen patrimonio artesanal definido	2	3	3	8
Perdida de la esencia propia de las manifestaciones que incluyen las artes del espectáculo como es: danza, juegos, música	3	3	3	9
Centralización de actividades culturales en poblaciones rurales que tienen proyectos turísticos culturales definidos	1	3	2	6
Exoticación y mercantilización de lo tradicional, restringiéndoles al folklore	2	2	3	7
Desmantelamiento de espacios y bienes materiales culturales productos de obras públicas y acción de privados, a través de los cuales el patrimonio cultural inmaterial se manifiesta, transmite y reproduce	2	3	2	7
Transformación y modificación de tradiciones, ritos sociales o religiosos con fines turísticos, en donde su origen y desarrollo se van modificando, el mismo que pierde su autenticidad	3	3	3	9
Migración	3	3	3	9

Fuente: Cuadro 6 Matriz FODA del PCI de la provincia de Chimborazo
Elaborado por: José Lliquín

Aplicada la matriz de valoración de debilidades y amenazas se identifico los nudos críticos en los siguientes aspectos que se detallan a continuación:

- Poca difusión y articulación de actividades y manifestaciones culturales inmateriales en la región

- Sensación de pérdida de las identidades locales comunales.
- Falta de capacidades técnicas en organizaciones culturales.
- Falta de capacitación en operadores turísticos y en comunidades locales al momento de incluir manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial en su oferta turística.
- Transformación y modificación de tradiciones, ritos sociales o religiosos con fines turísticos, en donde su origen y desarrollo se van modificando, el mismo que pierde su autenticidad.
- Falta de profesionales en gestión patrimonial
- Patrimonio festivo que ya no cuenta con transversalidad cultural
- Pérdida de la esencia propia de las manifestaciones que incluyen las artes del espectáculo como es: danza, juegos, música
- Migración

c. Identificación de los factores claves de éxito

Cuadro 8. Identificación de factores clave de éxito

FACTORES CLAVE DEL ÉXITO	PRIORIZACIÓN DE FACTORES CLAVES DE ÉXITO			
	CALIDAD	PRODUCTIVIDAD	EXCLUSIVIDAD	TOTAL
Preocupación de movimientos ciudadanos para la protección del patrimonio cultural inmaterial	2	3	2	7
Procesos de re – etnificación de las poblaciones indígenas de algunas comunidades retomando actividades ancestrales	3	3	3	9

Presencia de instituciones educativas involucradas en la conservación del patrimonio cultural inmaterial como polo de fomento al desarrollo cultural y la investigación patrimonial	3	3	2	8
Patrimonio cultural inmaterial asociado con el sector natural	2	3	2	7
Comunidades indígenas con gran diversidad cultural	3	3	3	9
Existencia de eventos o actividades culturales de trascendencia nacional o internacional ya consolidados.	3	3	3	9
Sensibilidad al cambio de las manifestaciones inventariadas es baja debido a que diversos factores se insertan en las celebraciones o conmemoraciones del componente tales como gastronomía cotidiana y fiestas.	3	2	3	8
Existencia de soportes e informantes tales como personas,, colectividades o instituciones que han asumido roles de salvaguardia de los componentes de la cultura inmaterial	3	3	3	9
Presencia de la manifestación cultural Animero de Penipe solo en dos cantones de la provincia de Chimborazo	3	3	3	9
Presencia del patrimonio cultural inmaterial vivo como es el caso de la leyenda el ultimo hielero de Chimborazo	3	3	3	9
Existencia de espacios simbólicos , sitios sagrados como es el caso del Cerro Puñay, en donde se realizan rituales de carácter simbólico de gran importancia	3	3	3	9
Presencia de la medicina tradicional indígena en su gran mayoría en todos los cantones de la provincia de Chimborazo	3	3	3	9
Creación de planes de ordenamiento territorial que involucran el tema cultural	2	3	2	7

Proyectos culturales realizados últimamente en conservación del patrimonio cultural inmaterial	2	2	2	6
Creación de algunas asociaciones culturales y programas informativos culturales y artísticos en la región	3	2	2	7
Creciente interés por crear y actualizar el catastro patrimonial inmaterial, publicaciones y estudios sobre el patrimonio local	3	3	3	9
Turismo rural asociado con las manifestaciones culturales de la región	3	2	2	7
Políticas del Ministerio de Cultura que involucra: descolonización, derechos culturales, cohesión social, interculturalidad.	3	3	3	9
Derechos culturales amparados por la constitución en la Ley de cultura.	3	3	3	9
Declaración como Patrimonio Inmaterial de la Nación a algunas manifestaciones como el Carnaval de Guamote	3	3	3	9

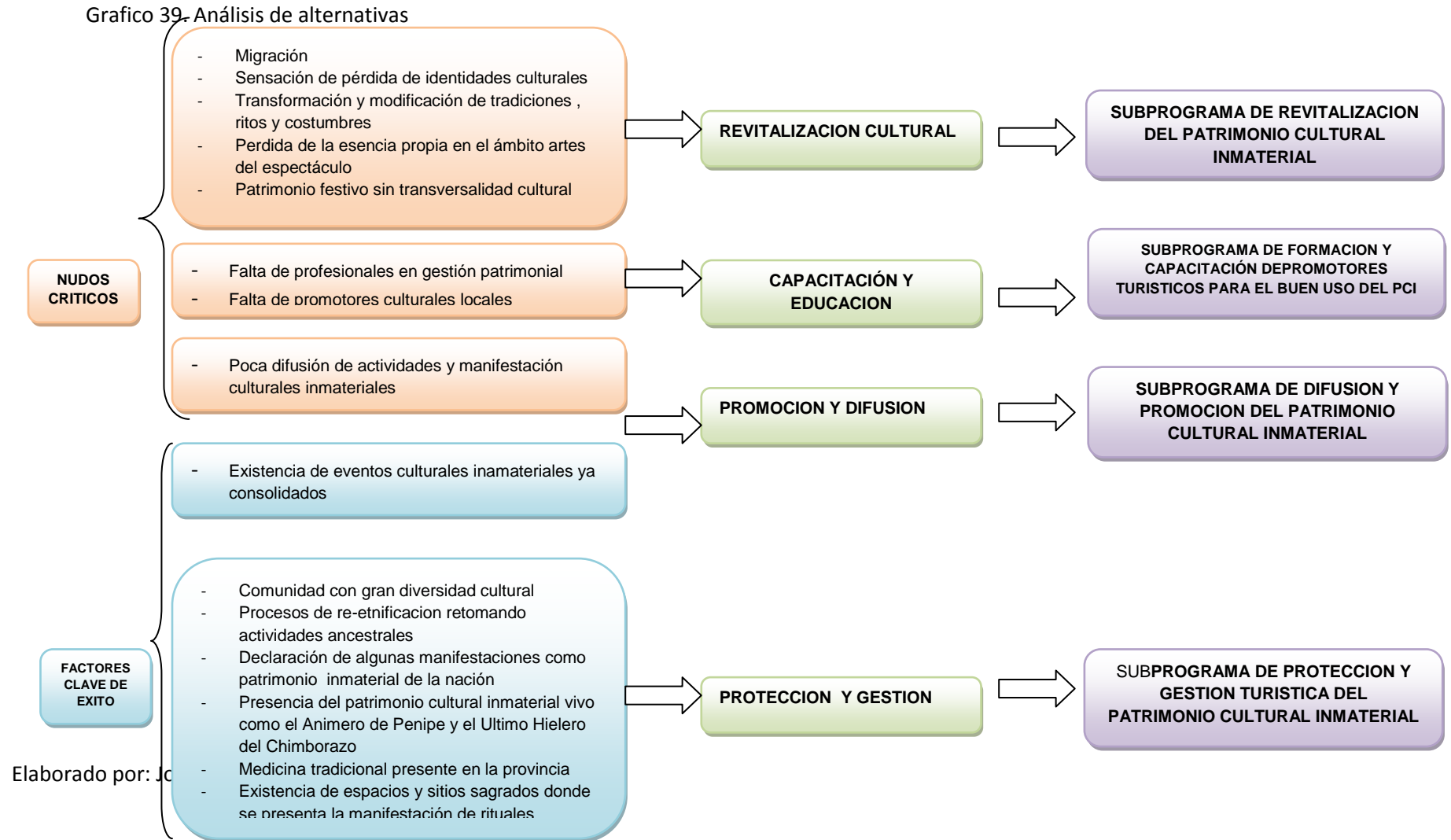
Fuente: Cuadro 6 Matriz FODA del PCI de la provincia de Chimborazo
Elaborado por: José Lliquín

Aplicada la matriz para la valoración de fortalezas y oportunidades se identificó como factores claves del éxito los siguientes aspectos

- Procesos de re – etnificación de las poblaciones indígenas de algunas comunidades retomando actividades ancestrales.
- Comunidades indígenas con gran diversidad cultural.
- Existencia de eventos o actividades culturales de trascendencia nacional o internacional ya consolidados.
- Creciente interés por crear y actualizar el catastro patrimonial inmaterial, publicaciones y estudios sobre el patrimonio local.
- Políticas del Ministerio de Cultura que involucra: descolonización, derechos culturales, cohesión social, interculturalidad.
- Derechos culturales amparados por la constitución en la Ley de cultura.

- Declaración como Patrimonio Inmaterial de la Nación a algunas manifestaciones como el Carnaval de Guamote.
- Presencia de la manifestación cultural Animero de Penipe solo en dos cantones de la provincia de Chimborazo
- Presencia del patrimonio cultural inmaterial vivo como es el caso de la leyenda el ultimo hielero de Chimborazo
- Existencia de espacios simbólicos , sitios sagrados como es el caso del Cerro Puñay, en donde se realizan rituales de carácter simbólico de gran importancia
- Presencia de la medicina tradicional indígena en su gran mayoría en todos los cantones de la provincia de Chimborazo

d. Análisis de alternativas



e. Análisis de involucrados

Cuadro 9. Análisis de involucrado

GRUPO	FUNCIÓN	INTERESES	POTENCIALIDADES	LIMITACIONES
Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC)	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión y salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo - Inventario del patrimonio cultural inmaterial de la provincia 	<p>Precautelar y salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo de Metodologías apropiadas para el inventario del PCI - Metodologías para la salvaguarda y gestión del PCI - Recurso técnico - Recurso humano 	<p>Recursos económicos</p>
Ministerio de Turismo	<ul style="list-style-type: none"> - Impulsar el desarrollo de destinos turísticos culturales - Difusión y promoción turística de bienes turísticos culturales inmateriales - Capacitación en turismo cultural - Gestión financiera 	<p>Incentivar el desarrollo del turismo cultural en los territorios de la provincia de Chimborazo y del</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos humanos - Recursos técnicos - Institución rectora en el todo el sector turismo 	<p>Apoyo en su mayoría a destinos y productos turísticos consolidados</p>

		país.		
Ministerio de Cultura	<ul style="list-style-type: none"> - Incentivar al desarrollo de productos turísticos culturales, preservación y protección de bienes culturales 	Desarrollo turístico cultural	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos humanos - Recursos técnicos - Recursos financieros 	Descoordinación en actividades culturales
Gobierno Provincial de Chimborazo	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación, desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia de Chimborazo donde incluye el ámbito del turismo y cultural - Fomentar actividades turísticas culturales en la provincia de Chimborazo 	Desarrollo turístico cultural en la provincia	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos humanos - Recursos técnicos - Recursos financieros 	Descoordinación de actividades realizadas en sectores
Gobiernos Municipales de los Cantones de la Provincia de Chimborazo	<ul style="list-style-type: none"> - Promoción, difusión de actividades turísticas culturales por intermedio de sus respectivas oficinas de turismo - Preservar y mantener el patrimonio cultural inmaterial de cada cantón - Gestión de proyectos turísticos culturales 	Turismo sostenible	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos humanos - Recursos técnicos - Recursos financieros 	Deficiente preocupaciones por los sectores rurales de cada cantón
Juntas	<ul style="list-style-type: none"> - Incentivar al desarrollo de actividades 	Incentivar al	Planes de desarrollo	Escasa

Parroquiales	<p>productivas en el ámbito cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> - Promover la organización de comunidades y sectores miembros de las parroquias 	<p>desarrollo de cada parroquia a través de actividades vinculadas con el turismo y conocimiento de sus costumbres</p>	<p>territorial y actividades productivas de cada parroquia</p>	<p>asignación de recursos por parte de cada cantón</p>
Centros de Educación Superior	<p>Investigaciones por parte de estudiantes en proyectos de diversa índole</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Inserción de profesionales de calidad - Educación practica para los estudiantes 	<p>Metodologías y procedimientos nuevos para incentivar a los estudiantes en proyectos productivos</p>	<p>Recursos económicos escasos para la ejecución de proyectos</p>

Elaborado por: José Lliquín

2. Formulación filosófica

a. Misión

Conservar, fomentar, planificar, desarrollar, difundir y gestionar la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial mediante la gestión turística sostenible del patrimonio cultural inmaterial en los individuos, grupos, sociedades y pueblos de Chimborazo.

b. Visión

Mediante un proceso, en diez años la provincia de Chimborazo fomentará la salvaguarda e integración del patrimonio cultural inmaterial al fomento del turismo cultural.

c. Valores

- 1) Interculturalidad
- 2) Enfoque social
- 3) Respeto hacia los ideales
- 4) Responsabilidad
- 5) Productividad
- 6) Sustentabilidad y sostenibilidad
- 7) Eficacia y eficiencia

3. Formulación estratégica

a. Objetivos estratégicos

- 1) Proteger y conservar el patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo.
- 2) Posicionar a nivel nacional y provincial los atractivos turísticos culturales donde se involucran manifestaciones culturales inmateriales.

- 3) Posicionar a la provincia de Chimborazo, a partir de su diversidad cultural, como un destino de turismo cultural interno y externo, a través del cual se generen dinámicas de desarrollo local sostenible promoviendo la competitividad del patrimonio cultural inmaterial y la identidad de las regiones.
- 4) Posicionar rutas y cantones de la provincia de Chimborazo como producto turístico cultural a través del cual se permita el intercambio y reconocimiento cultural de los chimboracenses con su identidad y patrimonio
- 5) Promover iniciativas para la consecución de recursos destinados al cuidado y mantenimiento del patrimonio inmaterial, orientados a la promoción de sitios turísticos culturales.
- 6) Impulsar el desarrollo de productos turísticos culturales donde se involucren las principales manifestaciones culturales inmateriales como atractivos turísticos.
- 7) Promover una adecuada oferta de servicios turísticos culturales mediante capacitaciones a promotores turísticos culturales.
- 8) Aprovechar la diversidad cultural que se manifiesta en muchas de las comunidades indígenas de la provincia de Chimborazo.

b. Estrategias

1) Estrategias de cambio

- a) Estrategias de difusión del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo.
- b) Elaboración de guías turísticas patrimoniales para conocer el patrimonio cultural inmaterial.
- c) Diseño e implementación de senderos turísticos culturales donde se muestre la riqueza cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo.
- d) Capacitación a la población interesada en conocer sobre el patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo.
- e) Diseño de productos turísticos estructurados donde se facilite la comercialización y difusión del patrimonio cultural inmaterial.

- f) Gestionar ante entidades competentes presupuestos para gestionar adecuadamente el patrimonio cultural inmaterial.

2) Estrategias de consolidación

- a) Propiciar el involucramientos de instituciones y habitantes vinculados a la conservación y protección del patrimonio cultural inmaterial.
- b) Elaboras planes de conservación y salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial.
- c) Actualizar inventarios existentes sobre el patrimonio cultural inmaterial.
- d) Incentivar a la población de la provincia de Chimborazo al cuidado y protección del patrimonio cultural inmaterial.
- e) Realizar una adecuada difusión del patrimonio cultural inmaterial.

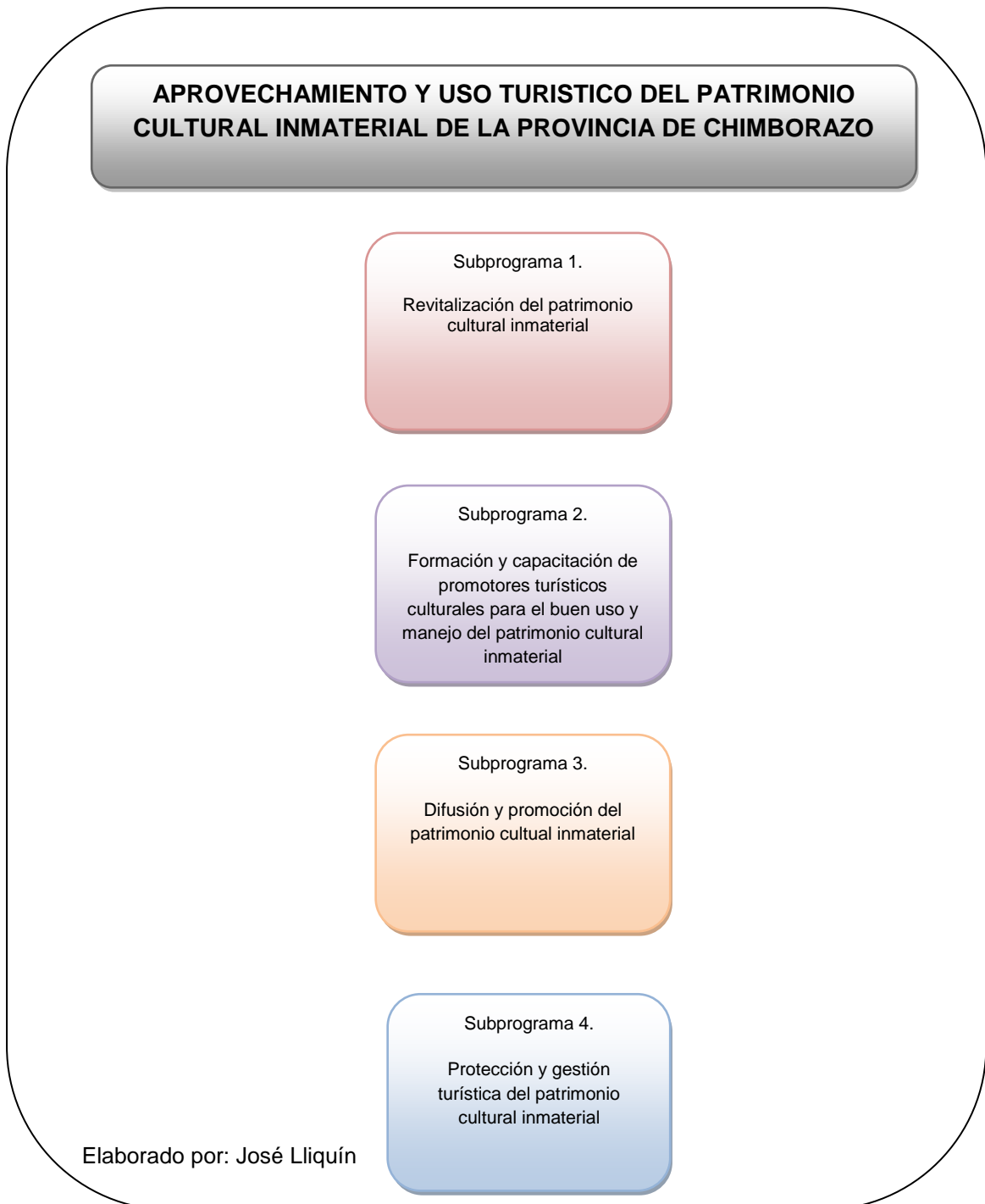
c. Políticas

- 1) Proteger y conservar el patrimonio cultural inmaterial que existe en la provincia de Chimborazo.
- 2) Ofertar productos turísticos culturales de calidad.
- 3) Perpetuar la riqueza turística cultural inmaterial existente en la provincia de Chimborazo convirtiéndolos en atractivos turísticos aprovechables.
- 4) Gestión ante entidades competentes la dotación de recursos para la salvaguarda, gestión y protección del patrimonio cultural inmaterial.
- 5) Programas de difusión y comercialización de atractivos turísticos culturales.

4. Estructuración de subprogramas y proyectos para la operatividad del programa.

a. Definición de subprogramas

Gráfico 40. Definición de subprogramas



1) Revitalización cultural del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo

a) Objetivos

- Recuperar y fortalecer las manifestaciones culturales inmateriales de la provincia de Chimborazo.
- Revitalizar la identidad cultural de la provincia de Chimborazo

b) Descripción

El presente subprograma está destinado al fortalecimiento cultural de la provincia de Chimborazo, mediante la revitalización de valores, expresiones y manifestaciones propias que involucren la autenticidad del patrimonio inmaterial animado y la organización local.

Por esta razón este subprograma pretende el aporte de la revitalización del patrimonio inmaterial para que la esencia de la misma no se vaya perdiendo con el transcurso del tiempo y poder difundirlas de generación en generación.

c) Proyectos

- Revitalización del patrimonio festivo, cívico y ceremonial de la provincia de Chimborazo.
- Revitalización del ámbito patrimonial de agro diversidad y sabiduría ecológica de la provincia de Chimborazo.
- Fortalecimiento de la identidad cultural a través del uso de tradiciones y expresiones orales.

Cuadro 10. Marco lógico del proyecto 1 del subprograma 1

Perfil del proyecto: Revitalización del patrimonio festivo, cívico y ceremonial de la provincia de Chimborazo.				
Sector: Provincia de Chimborazo				
Objetivos				
1. Fortalecer y fomentar la participación social, construir y valorizar las identidades por su diversidad cultural y étnica, a través de la revitalización cultural del patrimonio festivo de la provincia de Chimborazo.				
2. Incrementar la conciencia colectiva ciudadana para recopilar y sistematizar las expresiones más emblemáticas del patrimonio festivo.				
Beneficiarios: Provincia de Chimborazo				
Duración del proyecto: 3 años				
Presupuesto Estimado: 4.650,00				
RESUMEN OBJETIVOS	NARRATIVO DE	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN				
Revitalización cultural del patrimonio festivo, cívico y ceremonial de la provincia de Chimborazo, para valorizar fomentar y fortalecer las identidades por su diversidad cultural y étnica.	El patrimonio festivo, cívico y ceremonial de la provincia de Chimborazo estará revitalizado en su mayoría, tomando en cuenta las expresiones festivas más emblemáticas del mismo, en un 60% hasta finales del 2016.	Informes técnicos del proyecto Registros fotográficos de actividades Itinerario de actividades	La provincia de Chimborazo fortalece y valoriza su patrimonio festivo, cívico y ceremonial. Crean una conciencia de su identidad cultural.	
PROPOSITO				
Implementar un plan de revitalización cultural del patrimonio festivo, cívico y ceremonial de la	Contar con un plan que revitalice el patrimonio festivo, cívico y ceremonial de la provincia de	Informes de talleres	La provincia de Chimborazo cuenta con un plan de revitalización cultural del patrimonio festivo, cívico	

provincia de Chimborazo	Chimborazo y convertirse en un eje fundamental para el fortalecimiento y recuperación de la identidad cultural del mismo.	Lista de participantes e involucrados Ejecución del plan Copia de la propuesta del proyecto	y ceremonial. Los involucrados trabajan coordinadamente para la implementación del mismo.
COMPONENTES			
1. Elaboración del plan de revitalización cultural del patrimonio festivo, cívico y ceremonial de la provincia de Chimborazo.	En un lapso de 8 meses se cuenta con un Plan de revitalización cultural del patrimonio festivo, cívico y ceremonial de la provincia de Chimborazo.	- Plan de revitalización cultural	- Disposición del personal técnico para la elaboración del plan de revitalización cultural
2. Gestión para la implementación del plan de revitalización cultural	A mediados del año 2014 se gestiona el financiamiento para la implementación del Proyecto de revitalización cultural del patrimonio festivo, cívico y ceremonial de la provincia de Chimborazo.	- Nomina de instituciones a los que solicito financiamiento - Convenio con instituciones que aportan su financiamiento	- Recursos financieros gestionados y entregados a tiempo.
ACTIVIDADES		PRESUPUESTO USD	
1.1. Diagnostico del patrimonio festivo, cívico y ceremonial de la provincia de Chimborazo.		1.160,00	
1.2. Segmentación de las fiestas cívicas y ceremoniales		460,00	
1.3. Elaboración del plan de revitalización cultural		2.760,00	
1.1. Gestión ante instituciones como Ministerio de Cultura, INPC, entre otras para obtener el financiamiento y personal técnico para la ejecución del plan.		250,00	
1.2. Firma de convenios ante instituciones.		250,00	

Elaborado por: José Lliquín

Cuadro 11. Marco lógico del proyecto 2 del subprograma 1

Perfil del proyecto: Revitalización del ámbito patrimonial de agro diversidad y sabiduría ecológica ancestral de la provincia de Chimborazo.			
Sector: Provincia de Chimborazo Objetivo.- Valoración de los conocimientos ecológicos ancestrales para así mantener y lograr un sistema de creencias y cosmovisión desde las prácticas productivas de las culturas originarias. Beneficiarios: Provincia de Chimborazo Duración del proyecto: 3 años			
Presupuesto Estimado: 6.900,00			
RESUMEN OBJETIVOS	NARRATIVO DE	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
FIN			
Recuperar y fortalecer los conocimientos ecológicos ancestrales y su sabiduría mediante la revitalización de este ámbito.	Hasta finales del 2016 La sabiduría ecología ancestral ha sido recuperada y valorada para el uso y aprovechamiento de los mismos con fines turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> - Informes técnicos del proyecto - Registros fotográficos de actividades - Itinerario de actividades 	La provincia de Chimborazo fortalece y valoriza la sabiduría ecológica ancestral.
PROPOSITO			
Implementar un plan de revitalización cultural del ámbito de agro diversidad y sabiduría ecológica ancestral de la provincia de Chimborazo para su valoración,	A mediados del 2014 Contar con un plan que revitaliza el ámbito de agro diversidad y sabiduría ecológica ancestral, para el fortalecimiento e identidad de los pueblos,	<ul style="list-style-type: none"> - Informes de talleres - Lista de participantes e involucrados - Ejecución del plan 	La provincia de Chimborazo plan de revitalización cultural del ámbito de agro diversidad y sabiduría ecológica ancestral de la provincia de Chimborazo. Los involucrados

aprovechamiento y uso turístico.	aprovechamiento y uso turístico del mismo.	- Copia de la propuesta del plan	trabajan coordinadamente para la implementación del mismo.
COMPONENTES			
1. Elaboración del plan de revitalización cultural del patrimonio festivo, cívico y ceremonial de la provincia de Chimborazo.	En un lapso de 8 meses se cuenta con un Plan de revitalización cultural del patrimonio festivo, cívico y ceremonial de la provincia de Chimborazo.	- Plan de revitalización cultural	- Disposición del personal técnico para la elaboración del plan de revitalización cultural
2. Gestión para la implementación del plan de revitalización cultural	A mediados del año 2014 se gestiona el financiamiento para la implementación del Proyecto de revitalización cultural del patrimonio festivo, cívico y ceremonial de la provincia de Chimborazo.	- Nomina de instituciones a los que solicito financiamiento - Convenio con instituciones que aportan su financiamiento	- Recursos financieros gestionados y entregados a tiempo.
ACTIVIDADES		PRESUPUESTO USD	
1.1. Diagnóstico del patrimonio en el ámbito de agro diversidad y sabiduría ecológica de la provincia de Chimborazo.		1.910,00	
1.2. Levantamiento del inventario del ámbito de agro diversidad y sabiduría ecológica de la provincia de Chimborazo		1.530,00	
1.3. Elaboración del plan de revitalización cultural		2.960,00	
1.1. Gestión ante instituciones como Ministerio de Cultura, INPC, entre otras para obtener el financiamiento y personal técnico para la ejecución del plan.		250,00	
1.2. Firma de convenios ante instituciones.		250,00	

Elaborado por: José Lliquín

Cuadro 12. Marco lógico del proyecto 3 del subprograma 1

Perfil del proyecto: Fortalecimiento de la identidad cultural a través del uso de tradiciones y expresiones orales				
Sector: Provincia de Chimborazo Objetivo.- Fortalecer la identidad cultural mediante el uso de tradiciones y expresiones orales sabiendo que los saberes populares se alimentan de la oralidad, de esos conocimientos guardados por nuestros antecesores que se han ido difundiendo de generación en generación como una necesidad para preservar la cultura propia. Beneficiarios: Provincia de Chimborazo Duración del proyecto: 3 años				
Presupuesto Estimado: 8.740,00				
RESUMEN OBJETIVOS	NARRATIVO DE	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN				
Fortalecer la identidad cultural a través del uso de tradiciones y expresiones orales		Hasta el año 2016 la provincia de Chimborazo ha recuperado y fortalecido su identidad cultural, a través de uso adecuado de las tradiciones y expresiones orales presentes en la región.	<ul style="list-style-type: none"> - Informes técnicos - Registros fotográficos de actividades - Itinerario de actividades - Detalles de expresiones orales presentes en la región 	La provincia de Chimborazo a recuperado la esencia de su tradición y expresión oral.
PROPOSITO				
Planificar e implementar un plan de fortalecimiento de la identidad cultural a través del uso de las		A mediados del año 2014 se implementa y planifica un plan de identidad cultural a través de uso de tradiciones y expresiones orales	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de gestión del PCI - Informes de talleres - Listas de participantes e 	La provincia de Chimborazo cuenta con un plan de fortalecimiento de la identidad cultural a través del uso de

tradiciones y expresiones orales.	con fines turísticos	involucrados	las tradiciones y expresiones orales.
COMPONENTES			
1. Elaboración plan de fortalecimiento de la identidad cultural a través del uso de las tradiciones y expresiones orales.	En un lapso de 8 meses se cuenta con un plan de fortalecimiento de la identidad cultural a través del uso de las tradiciones y expresiones orales.	- Plan de fortalecimiento de la identidad cultural a través del uso de las tradiciones y expresiones orales.	Disponibilidad de personal para la elaboración del plan
2. Gestionar para la implementación y planificación del plan de revitalización cultural	A partir de inicios del año 2015 se cuenta con el financiamiento para la implementación y planificación plan de fortalecimiento de la identidad cultural a través del uso de las tradiciones y expresiones orales.	- Lista de instituciones a las que solicito el financiamiento - Convenios con instituciones	Buenas relaciones para la ejecución del plan de gestión del PCI, manteniendo el financiamiento para el mismo
ACTIVIDADES		PRESUPUESTO USD	
1.1. Diagnóstico del patrimonio oral en la provincia de Chimborazo		930,00	
1.2. Inventario del patrimonio oral de la Provincia de Chimborazo		1.360,00	
1.3. Elaboración del plan de fortalecimiento de la identidad cultural a través del uso de las tradiciones y expresiones orales		1.100,00	
1.4. Realización de talleres para la concientización sobre la importancia del patrimonio oral		1.190,00	
1.5. Planteamiento de estrategias para la protección del PCI		1.960,00	
1.6. Realización de eventos culturales como declamaciones del patrimonio oral de la provincia		1.700,00	
2.1. Gestiones ante instituciones para solicitar el financiamiento.		250,00	
2.2. Firma de convenios		250,00	

Elaborado por: José Lliquín

2) Formación y capacitación de promotores turísticos culturales para el buen uso y manejo del patrimonio cultural inmaterial

a) Objetivo

- Formar y capacitar promotores turísticos culturales, con conocimientos técnicos relacionados con la gestión del patrimonio cultural inmaterial, la gestión de la prestación de servicios turísticos de calidad.

b) Descripción

La formación de promotores y actores turísticos culturales de categoría es uno de los factores esenciales para el buen uso y aprovechamiento turístico del patrimonio cultural inmaterial, es así que con su conocimiento en la materia se podrá brindar productos turísticos culturales adecuados y que satisfagan las necesidades que un turista busca en el ámbito cultural.

Son pocos los promotores turísticos culturales con los que cuenta la provincia de Chimborazo, razón por la cual se debe estructurar programas de capacitación donde se involucre a la población local para una operación adecuada del turismo cultural.

c) Proyectos

- Formación, capacitación y profesionalización de promotores turísticos culturales para las juntas parroquiales de la provincia de Chimborazo
- Etnoeducación "Conozcamos y valoremos nuestra identidad cultural" dirigido a niños de las escuelas de la provincia de Chimborazo.

Cuadro 13. Marco lógico del proyecto 1 del subprograma 2

Perfil del proyecto: Formación, capacitación y profesionalización de promotores turísticos culturales en las juntas parroquiales de la provincia de Chimborazo			
Sector: Provincia de Chimborazo			
Objetivo.- Contar con un recurso humano profesionalizado adecuado mediante la capacitación, de esta manera involucrarse en la actividad turística para su mejor desempeño y de la misma manera garantizar la calidad en la prestación de servicios turísticos culturales.			
Beneficiarios: Provincia de Chimborazo			
Duración del proyecto: 2 años y medio			
Presupuesto Estimado: 5.760,00			
RESUMEN OBJETIVOS	NARRATIVO DE	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
SUPUESTOS			
FIN			
Contar con talento humano capacitado y profesionalizado en cuanto al cuidado protección y gestión del PCI, garantizando el buen uso y aprovechamiento del mismo.	Hasta el año 2015 un 60% de la población de las juntas parroquiales de la provincia de Chimborazo está capacitada en cuanto al cuidado, protección y gestión del PCI.	<ul style="list-style-type: none"> - Informes técnicos - Documentos de gestión - Listas de agentes y promotores culturales capacitados - Certificados de participación 	La población de las juntas parroquiales muestra interés en cuanto a la capacitación para el cuidado, protección y gestión del PCI, conocedores que podrán mejorar la calidad del PCI en su uso y aprovechamiento
PROPOSITO			
Capacitar, profesionalizar y formar promotores turísticos culturales en las juntas parroquiales de la	- Desde mediados del 2014 e inicios del año 2015 se implementa y planifica un	<ul style="list-style-type: none"> - Lista de participantes a capacitarse - Informes de talleres 	Se cuenta con los recursos necesarios para capacitar y formar a los promotores culturales de las

provincia de Chimborazo	proyecto de capacitación, profesionalización y formación de promotores culturales en las juntas parroquiales de esta manera inmiscuirlos en la actividad turística cultural , protección, gestión, uso y aprovechamiento del PCI	<ul style="list-style-type: none"> - Certificados de capacitación - Lista de capacitadores. 	juntas parroquiales de la provincia de Chimborazo.
COMPONENTES			
<p>1. Capacitación de los promotores turísticos culturales de las juntas parroquiales</p> <p>2. Profesionalización y formación de los promotores turísticos culturales inmersos a la actividad de gestión, protección, uso y aprovechamiento del PCI</p>	<p>Hasta el 2015 se han capacitado promotores turísticos culturales</p> <p>Hasta el 2016 se profesionaliza y forma por lo menos a 10 promotores turísticos por cada junta parroquial</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Personal a capacitarse - Lista de participantes - Documentos de planificación - Informes de talleres de capacitación - Documento de profesionalización - Registro de asistencia - Lista de asistentes a capacitarse 	Se cuenta con recursos necesarios para la implementación del proyecto de capacitación, profesionalización y formación de promotores turísticos culturales en las juntas parroquiales
ACTIVIDADES		PRESUPUESTO USD	
1.1. Estructuración del proyecto de capacitación, profesionalización y formación de promotores turísticos culturales en las juntas parroquiales		800,00	
1.2. Estructurar módulos de capacitación		2.500,00	
1.3. Convenio con el consorcio de juntas parroquiales para la capacitación de promotores turísticos culturales		930,00	
2.1. Capacitación, profesionalización y formación de promotores turísticos culturales		1.630,00	
2.2. Gestión de recursos financieros para el desarrollo del proyecto		250,00	

2.3. Ejecución del proyecto	1.850,00
-----------------------------	----------

Elaborado por: José Lliquín

Cuadro 14. Perfil de proyecto 2 del subprograma 2

Perfil del proyecto: Etnoeducación “Conozcamos y valoremos nuestra identidad cultural” dirigido a niños de las escuelas de la provincia de Chimborazo.				
Sector: Provincia de Chimborazo				
Objetivo.- Contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural mediante la educación intercultural en los niños, propiciando el desarrollo de actitudes de comprensión y respeto de la diversidad étnica y cultural que posee la provincia de Chimborazo				
Beneficiarios: Provincia de Chimborazo				
Duración del proyecto: 5 años				
Presupuesto Estimado: 8.340,00				
RESUMEN OBJETIVOS	NARRATIVO DE	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN				
Buscar los mecanismos necesarios para que todos los agentes que confirman las escuelas de la provincia de Chimborazo puedan dirimir y resolver los conflictos y diferencias entre culturas y tradiciones en una población multicultural y pluralista como es la		Hasta el año 2016 un 60% de la escuelas de la provincia de Chimborazo valoran la identidad cultural de la provincia de Chimborazo	<ul style="list-style-type: none"> - Lista de escuelas participantes - Informes técnicos 	Los niños de las escuelas prestan interés en conocer la verdadera identidad cultural que posee la provincia de Chimborazo

provincia de Chimborazo			
PROPOSITO			
Apoyar el diseño e implementación de proyectos etnoeducativos institucionales y comunitarios que contribuyan al mejoramiento de calidad en la educación cultural, para fortalecer la identidad cultural de un pueblo	A mediados del 2015 se encuentra diseñado e implementado un proyecto etnoeducativo dirigido a niños de las escuelas para el mejoramiento de la educación cultural	<ul style="list-style-type: none"> - Documento de proyecto etnoeducativo - Lista de escuelas participantes - Informes técnicos 	Se cuenta con recursos necesarios para diseñar e implementar el proyecto de etnoeducación
COMPONENTES			
1. Diseño del proyecto etnoeducativo “conozcamos y valoremos nuestra identidad cultural ”	A inicios del 2015 se ha diseñado un proyecto etnoeducativo dirigido a niños de las escuelas de la provincia de Chimborazo	<ul style="list-style-type: none"> - Informes técnicos - Documento del proyecto etnoeducativo 	Se cuenta con recursos necesarios para la implementación del proyecto etnoeducativo dirigido a niños de las escuelas de la provincia de Chimborazo
2. Implementación del proyecto	Hasta el año 2016 se a implementado proyecto etnoeducativo dirigido a niños de las escuelas de la provincia de Chimborazo	<ul style="list-style-type: none"> - Listado de escuelas participantes - Informes técnicos 	
ACTIVIDADES		PRESUPUESTO USD	
1.1. Estructuración del proyecto etnoeducativo dirigido a niños de las escuelas de la provincia de Chimborazo		1.400,00	
1.2. Realización de material didáctico para procesos de etnoeducación		3.700,00	
2.1. Convenio con el ministerio de educación		180,00	
2.2. Definir escuelas piloto para la implementación del proyecto		180,00	

2.3. Gestión de recursos financieros para el desarrollo del proyecto	230,00
2.4. Ejecución del proyecto	2.650,00

Elaborado por: José Lliquín

3) Difusión y promoción del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo.

a) Objetivo

- Difundir y promocionar el patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo mediante medios que capten la atención de turistas interesados en conocer la riqueza cultural que posee la provincia de Chimborazo.

b) Descripción

La difusión y promoción es una función esencial, No consiste solamente en la propagación o extensión; no es solamente comunicar información, sino estimular, hacer reflexionar, provocar emociones y comprometer a la sociedad, Es poner los medios e instrumentos para que el patrimonio cultural inmaterial sea apreciado, respetado y disfrutado.

La recopilación de testimonios y eventos del patrimonio cultural inmaterial tiene una diversidad de usos: usos científicos, socioculturales, educativos, turísticos, etc. Su difusión y promoción es importante para que las nuevas generaciones y cualquier persona pueda conocer su riqueza. Frente a la educación patrimonial, que insiste en el sujeto que aprende, la difusión se centra en la presentación estimulante del evento patrimonial.

Por lo que surge la necesidad de promocionar y difundir el patrimonio inmaterial de la provincia de Chimborazo a nivel nacional e internacional , logrando con ello atraer la atención de turistas que tienen interés por conocer y visitar la riqueza cultural inmaterial con la que cuenta la provincia de Chimborazo.

c) Proyectos

- Diseño de guías patrimoniales para todos los ámbitos del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo.
- Implementación de la feria de la Memoria Viva de provincia de Chimborazo.
- Diseño e implementación de un parque temático ancestral en la Pirámide del Puñay.
- Diseño de un producto turístico artesanal mediante la vinculación con el turismo de los procesos productivos de las artesanías de Cacha y Nizag.

Cuadro 15. Perfil de proyecto 1 del subprograma 3

Perfil del proyecto: Diseño e implementación de guías patrimoniales para todos los ámbitos del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo			
Sector: Provincia de Chimborazo Objetivo.- Diseñar e implementar guías turísticas patrimoniales en todos los ámbitos del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo, permitiendo así el conocimiento de la riqueza cultural inmaterial con la que cuenta la provincia. Beneficiarios: Provincia de Chimborazo Duración del proyecto: 2 años y medio			
Presupuesto Estimado: 8.750,00			
RESUMEN OBJETIVOS	NARRATIVO DE	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
SUPUESTOS			
FIN			
Diseñar e implementar guías turísticas patrimoniales en todos los ámbitos del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo para optimizar el conocimiento del mismo tanto por turistas como por comunidad local.	La provincia de Chimborazo cuenta con guías turísticas patrimoniales del PCI la misma que se implementará permitiendo así el conocimiento adecuado del mismo. A inicios del 2015	<ul style="list-style-type: none"> - Inventario del PCI - Informes técnicos de la guía - Guías diseñadas - Guías implementadas 	La provincia de Chimborazo se incentiva con el conocimiento del PCI, el cual permite su buen uso y aprovechamiento.
PROPOSITO			
Potenciar turísticamente al conocimiento y consumo de productos turísticos culturales	La provincia de Chimborazo a partir del año 2015 podrá contar con guías turísticas patrimoniales	<ul style="list-style-type: none"> - Documentos bases de las guías turísticas patrimoniales 	La provincia de Chimborazo cuenta con guías turísticas patrimoniales del PCI, la misma que sirve como un

mediante el diseño e implementación de guías turísticas patrimoniales del PCI	permitiendo así la difusión y promoción del mismo	- Guías diseñadas - Guías implementadas	medio de interpretación y vincula a los turistas a consumir los productos turísticos culturales.
COMPONENTES			
1. Diseño de las guías turísticas patrimoniales	A finales del 2014 se contara un diversos diseños de guías turísticas patrimoniales	- Guías turísticas patrimoniales diseñadas e implementadas	Los agentes involucrados trabajan activamente para el diseño e implementación de las guías turísticas patrimonial del PCI.
2. Gestión e implementación de las guías turísticas patrimoniales	En el año 2015 la provincia de Chimborazo contara con guías turística patrimoniales del PCI		
ACTIVIDADES		PRESUPUESTO USD	
1.1. Realización del estudio de mercado		800,00	
1.2. Analizar la optimización y técnicas para el diseño de las guías		650,00	
1.3. Diseñar e implementar las guías patrimoniales de acorde a los parámetros del INPC		6.800,00	
2.1. Gestionar recursos necesarios para la implementación de las guías		250,00	
2.2. Firma de convenios		250,00	

Elaborado por: José Lliquín

Cuadro 16. Perfil de proyecto 2 del subprograma 3

Perfil del proyecto: Implementación de la Feria de la Memoria Viva de la provincia de Chimborazo				
Sector: Provincia de Chimborazo Objetivo.- implementar una feria para mantener vivo el patrimonio cultural inmaterial debiendo seguir siendo pertinente para una cultura y ser practicado y aprendido regularmente en las comunidades y por las generaciones sucesivas. Beneficiarios: Provincia de Chimborazo Duración del proyecto: 3 años				
Presupuesto Estimado: 8.430,00				
RESUMEN OBJETIVOS	NARRATIVO DE	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN				
Contar con una feria de la memoria viva del PCI, que contribuya a la difusión y promoción del mismo.		Al finalizar el 2015 la provincia de Chimborazo cuenta con una feria de la memoria viva, la misma que apoya al desarrollo, difusión y promoción del PCI	- Informes de la ejecución del proyecto	La feria de la memoria viva es implementada en la provincia de Chimborazo. Permitiendo así el conocimiento del PCI que posee la provincia por parte de turistas nacionales y extranjeros
PROPOSITO				
Implementar un feria en la provincia de Chimborazo en donde se mantenga vivo el patrimonio cultural inmaterial, y facilite la difusión y		Se ha implementado una feria de la memoria viva en la provincia de Chimborazo a finales del 2014. Para el conocimiento, difusión y promoción del patrimonio cultural	- Informes técnicos - Fotografías - Personal técnico para la ejecución del proyecto	Se coordina la implementación del proyecto con instituciones involucradas en el ámbito cultural

promoción del mismo	inmaterial		
COMPONENTES			
1. Diseño del proyecto feria de la memoria viva 2. Implementación de la feria de la memoria viva	Proyecto feria de la memoria viva es diseñado a finales del 2103 A finales del 2014 se implementa en la provincia de Chimborazo la feria de la memoria viva	- Informes técnicos - Registros fotográficos - Videos	Se trabaja coordinadamente con las instituciones vinculadas al proyecto para la optimización de la feria de la memoria viva
ACTIVIDADES		PRESUPUESTO USD	
1.1. Realizar un diagnóstico de las necesidades para el diseño del proyecto 1.2. Realizar el diseño del proyecto Feria de la memoria viva 2.1. Gestionar los recursos necesarios para la implementación de la feria 2.2. Implementar el proyecto feria de la memoria viva		1.430,00 2.750,00 300,00 3.950,00	

Elaborado por: José Liquín

Cuadro 17. Perfil de proyecto 3 del subprograma 3

Perfil del proyecto: Diseño e implementación de un parque temático ancestral en la Pirámide del Puñay				
Sector: Provincia de Chimborazo, Cantón Chunchi, Pirámide del Puñay Objetivo.- Diseñar e implementar un parque temático ancestral en la pirámide del Puñay y así generar un sitio de esparcimiento pedagógico y rescate de los valores culturales, manteniendo al turista el contacto con la naturaleza, cultura e historia del sector Beneficiarios: Provincia de Chimborazo, Cantón Chunchi, Pirámide del Puñay Duración del proyecto: 5 años				
Presupuesto Estimado: 17.450,00				
RESUMEN OBJETIVOS	NARRATIVO DE	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS

FIN			
Enlazar la temática indígena ancestral, música, la cultura, tecnología y recreación mediante el diseño e implementación de un parque temático ancestral en la pirámide del Puñay	A fines del 2016 la pirámide del Puñay cuenta con el diseño de un parque temático ancestral, el mismo que se irá implementando de acuerdo a la gestión del mismo	<ul style="list-style-type: none"> - Informes de la ejecución del proyecto - Informes de registros técnicos - Registros fotográficos 	La Pirámide del Puñay ofrece un producto turístico cultural el mismo que satisface las necesidades de los turistas
PROPOSITO			
Mediante el diseño e implementación de un parque temático ancestral en la pirámide del Puñay se potenciará el sector con la creación de un producto turístico cultural novedoso e innovador	A mediados del 2017 en la Pirámide del Puñay se encuentra ofertando un parque temático ancestral como un producto turístico cultural innovador	<ul style="list-style-type: none"> - Permisos de funcionamiento - Documentos base d ejecución del proyecto - Informe técnico del ejecución del proyecto 	La pirámide del Puñay cuenta con un parque temático ancestral donde se enlaza la temática ancestral y naturaleza con la recreación para el conocimiento del PCI del sector
COMPONENTES			
1. Diseño e implementación del parque temático ancestral en la pirámide del Puñay	A mediados del 2017 la pirámide del Puñay contará con un parque temático ancestral	<ul style="list-style-type: none"> - Personal contratado para la ejecución del proyecto - Planos donde funcionara el parque 	Se trabaja activamente en el diseño y planificación del parque temático ancestral
2. Comercializar el producto turístico cultural	A finales del 2017 se implementan estrategias de comercialización para la captación de la demanda del nuevo producto turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Estadísticas - Informes técnicos 	Se incrementa la demanda al momento de visitar el lugar lo que permite la difusión del producto turístico cultural
ACTIVIDADES		PRESUPUESTO USD	

1.1. Realizar el estudio e informe técnico de la demanda potencial de turismo cultural	1400,00
1.2. Validación e información de las manifestaciones culturales del sector	1.100,00
1.3. Diseñar una infraestructura física para el parque temático ancestral	6.300,00
1.4. Gestionar recursos para el diseño e implementación del parque temático	450,00
2.1. Elaboración de un plan de marketing para la promoción del producto	8.200,00

Elaborado por: José Lliquín

Cuadro 18. Perfil de proyecto 4 del subprograma 3

Perfil del proyecto: Diseño e implementación de un producto turístico artesanal mediante la vinculación con el turismo de los procesos productivos de las artesanías de Cacha y Nizag					
Sector: Provincia de Chimborazo, Cacha y Nizag					
Objetivo.- Diseñar un producto turístico cultural artesanal vinculando con el turismo los procesos productivos de las artesanías del sector de Cacha y Nizag					
Beneficiarios: Provincia de Chimborazo, Cacha y Nizag					
Duración del proyecto: 2 años					
Presupuesto Estimado: 10.750,00					
RESUMEN OBJETIVOS	NARRATIVO DE	INDICADORES OBJETIVAMENTE	VERIFICABLES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN					
Desarrollar un producto turístico artesanal para el posicionamiento turístico de las artesanías de Cacha y Nizag y proponer como una imagen de destino la creatividad de	A inicios del 2015 se desarrolla un producto turístico cultural artesanal y brindar a los artesanos una opción para ofrecer sus productos en un	- Informes de la ejecución del proyecto - Informes de registros técnicos - Registros fotográficos		Los sectores de Cacha y Nizag ofrece un producto turístico artesanal, el mismo que satisface las necesidades de los turistas	

los artesanos de dichos lugares	lugar turísticamente aceptable		
PROPOSITO			
Posicionar turísticamente al sector de Cacha y Nizag mediante la riqueza artesanal que posee, definiéndola como una opción atractiva para el turista, tanto a nivel local, nacional e internacional.	A mediados del 2015 en los sectores de Cacha y Nizag se encuentra ofertando un producto turístico artesanal, vinculándolo al turismo	<ul style="list-style-type: none"> - Registro de artesanías existentes en el lugar - Fotografías - Aceptación del producto turístico artesanal 	Los sectores de Cacha y Nizag cuenta con un producto turístico artesanal donde se vincula al turismo los procesos productivos de sus artesanías
COMPONENTES			
3. Diseño del producto turístico artesanal	A mediados del 2015 los sectores de Cacha y Nizag contara con un producto turístico artesanal	<ul style="list-style-type: none"> - Personal contratado para la ejecución del proyecto - Planos donde funcionara el parque 	Se trabaja activamente en el diseño y planificación producto turístico artesanal
4. Comercializar el producto turístico cultural	A finales del 2015 se implementan estrategias de comercialización para la captación de la demanda del nuevo producto turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Estadísticas - Informes técnicos 	Se incrementa la demanda al momento de visitar el lugar lo que permite la difusión del producto turístico ancestral
ACTIVIDADES		PRESUPUESTO USD	
1.5. Realizar el estudio e informe técnico de la demanda potencial de turismo cultural en los sectores de Cacha y Nizag		1.550,00	
1.6. Validación e información de las artesanías de los sectores a estudiar		1.100,00	
1.7. Diseñar del producto turístico cultural para la vinculación de las artesanías de Cacha y Nizag con el sector turístico		2.450,00	
1.8. Gestionar recursos		450,00	
4.1. Elaboración de un plan de marketing para la promoción del producto		5.200,00	

Elaborado por: José Lliquín

4) Gestión turística para la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo.

a) Objetivo

- Impulsar la gestión turística del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo, con actividades de concientización e investigación para la salvaguarda del mismo.

b) Descripción

La mayoría de las personas a cierta edad empiezan a valorar de forma especial la memoria, se trata de cosas desaparecidas de las que quizás solo queden indicios porque el tiempo las ha estropeado y destruido, deteriorando así el legado material o inmaterial. La conciencia patrimonial ha desarrollado hoy en día distintas estrategias preservacionistas, protectoras y de gestión del patrimonio cultural inmaterial.

Siendo así la gestión patrimonial el conjunto de actuaciones programadas con el objetivo de conseguir una óptima conservación de los bienes patrimoniales y un uso de estos bienes de una manera adecuada. Es así que el presente programa busca lograr el manejo adecuado y protección del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo con el fin de perpetuar para las futuras generaciones los recursos existentes en el ámbito del patrimonio cultural inmaterial, lográndolo a través de la concientización de la población la conservación de los mismos.

c) Proyectos

- Diseñar un plan de protección y salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo.
- Estructuración de ordenanzas para la conservación del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo.
- Generación de normas públicas para la regulación de la operación turística en productos del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo.

- Declaración de patrimonios culturales inmateriales de la provincia de Chimborazo como patrimonios de la nación.

Cuadro 19. Perfil de proyecto 1 del subprograma 4

Perfil del proyecto: Diseño e implementación de un plan de protección y salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo			
Sector: Provincia de Chimborazo Objetivo.- Gestionar medidas encaminadas a la protección y conservación del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo para el aprovechamiento y uso turístico del mismo. Beneficiarios del proyecto: Provincia de Chimborazo Duración del proyecto: 3 años			
Presupuesto Estimado: 5.080,00			
RESUMEN OBJETIVOS	NARRATIVO DE	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
SUPUESTOS			
FIN			
Gestionar medidas encaminadas a la protección y conservación del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo para el aprovechamiento y uso turístico del mismo.	El patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo estará protegido, conservado y salvaguardado hasta en un 60% de su registro a inicios del 2015	<ul style="list-style-type: none"> - Fichas de registros del PCI - Monitoreo de las manifestaciones y actividades del PCI. - Registros fotográficos y documentales del PCI - Red de información para la efectividad del PCI 	La provincia de Chimborazo en coordinación con las entidades públicas y privadas protegerán, conservaran y salvaguardaran el PCI, de igual manera se involucrarán para su fortalecimiento
PROPOSITO			
Diseñar un programa de medidas	En el año 2015 tendremos un plan	- Diseño del plan	Agentes involucrados en la actividad

encaminadas a la protección y conservación del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo para el aprovechamiento y uso turístico del mismo	de medidas encaminadas a la conservación, protección y salvaguarda del PCI de la provincia de Chimborazo, para el uso y aprovechamiento turístico.	- Propuesta del plan	turística, comunidad local, entidades cantonales y provinciales trabajan en la ejecución del proyecto.
COMPONENTES			
1. Plan de medidas encaminadas a la protección y conservación del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo para el aprovechamiento y uso turístico del mismo 2. Gestión de recursos para la ejecución del plan	El plan será implementado a partir del segundo semestre del año 2015 a finales del 2014 se contara con el financiamiento para la ejecución del plan	- Informes técnicos - Registros - Proyecto diseñado y estructurado - Listado de instituciones donde se gestiona financiamiento - Convenio con instituciones	Gestión y entrega de recursos por parte de involucrados.
ACTIVIDADES		PRESUPUESTO USD	
1.1. Diagnóstico de la problemática actual del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo		1.200,00	
1.2. Estudios técnicos		930,00	
1.3. Desarrollo y ejecución del Plan de medidas encaminadas a la protección y conservación del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo para el aprovechamiento y uso turístico del mismo		2.600,00	
2.1. Gestionar recursos para el financiamiento del proyecto		350,00	

Elaborado por: José Lliquín

Cuadro 20. Perfil de proyecto 2 del subprograma 4

Perfil del proyecto: Estructuración de ordenanzas para la conservación del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo				
Sector: Provincia de Chimborazo Objetivo.- Estructurar ordenanzas que garanticen la conservación y protección del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo Beneficiarios del proyecto: Provincia de Chimborazo Duración del proyecto: 1 año y medio				
Presupuesto Estimado: 4.400,00				
RESUMEN OBJETIVOS	NARRATIVO DE	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN				
Estructurar ordenanzas que regulen la conservación y protección del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo, garantizando la conservación y protección del mismo	A finales del 2014 la provincia de Chimborazo opera ciertas ordenanzas que promueven la conservación y protección del patrimonio cultural inmaterial	- Informes técnicos de actividades turísticas culturales	El sistema de ordenanzas regula y promueve la protección y conservación del patrimonio cultural inmaterial de una manera planificada y consensuada	
PROPOSITO				
Establecer ordenanzas que regulen y promuevan la protección y conservación del patrimonio cultural inmaterial	A inicios del 2014 la provincia de Chimborazo regula la protección y conservación del PCI mediante ordenanzas	- Documentos de las ordenanzas para la protección y conservación del PCI - Informes	Se cuenta con los recursos necesarios para la estructuración e implementación de ordenanzas que controla y promueve la protección y conservación del PCI	

COMPONENTES			
1. Análisis de las ordenanzas para la protección y conservación de PCI	se ha realizado un análisis minucioso de las ordenanzas para la regulación, protección y conservación del PCI en el lapso de tres meses	- Informes de técnicos de análisis - Informes de gestión	Se aprueba la estructuración e implementación de ordenanzas municipales para el uso sostenible del patrimonio cultural inmaterial
2. Estructuración e implementación de ordenanzas para la protección y conservación de PCI	Se implementa en un lapso de cinco meses ordenanzas que promueven la protección y regulación del PCI	- Documentos de ordenanzas	
ACTIVIDADES		PRESUPUESTO USD	
1.1. Diagnóstico de la operación turística del PCI en base a la reglamentación de la legislación ecuatoriana		850,00	
1.2. Desarrollo de una propuesta legal para la estructuración de ordenanzas		1.900,00	
2.1. Revisión y aprobación de la propuesta		150,00	
2.2. Divulgación de las ordenanzas		1.500,00	

Elaborado por: José Liquín

Cuadro 21. Perfil del proyecto 3 del subprograma 4

Perfil del proyecto: Generación de normas públicas para la regulación de la operación turística en productos del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo
<p>Sector: Provincia de Chimborazo</p> <p>Objetivo.- Generar y aplicar un sistema de normas públicas que regulen la operación turística en productos del patrimonio cultural inmaterial, y que garanticen su protección y conservación</p> <p>Beneficiarios del proyecto: Provincia de Chimborazo</p>

Duración del proyecto: 1 año y medio			
Presupuesto Estimado: 4.600,00			
RESUMEN OBJETIVOS	NARRATIVO DE	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
SUPUESTOS			
FIN			
Regular el desarrollo sostenible en la operación turística de productos turísticos del PCI, garantizando la conservación y protección del mismo, a través de la aplicación de un sistema de normas publicas	Desde el segundo semestre del 2014 se generan un sistema de normas publicas que regulen la operación turística de la zona y promuevan la protección y conservación del PCI	- Informes técnicos de actividades turísticas culturales	El sistema de normas públicas regula la operación turística y promueve la protección y conservación del patrimonio cultural inmaterial de una manera planificada y consensuada
PROPOSITO			
Establecer el marco legal que regule la operación turística de la provincia y fomente la protección y conservación del PCI	En el primer semestre del 2014 se emite un marco legal para normar el desarrollo de la operación turística de productos de PCI	- Documentos del marco legal - Informes de regulación de la operación turística	Se cuenta con los recursos necesarios para la elaboración e implementación del marco legal que controla la operación turística de productos del PCI ordenanzas que controla y promueve la protección y conservación del mismo
COMPONENTES			
3. Análisis de la normativa turística cultural nacional	se ha realizado un análisis minucioso de las políticas públicas generadas por las instituciones correspondientes al tema, para la	- Informes de técnicos de análisis - Informes de gestión	Se aprueba el diseño e implementación de un sistema de normas publicas que regulan la operación turística. Protección y

<p>4. Diseño e implementación de un sistema de normas publicas necesarias para controlar y regular la operación turística en la provincia</p>	<p>regulación de actividades en operación turísticas</p> <p>Se implementa en un lapso de cinco meses un sistema de normas publicas que disciplinas y regulan la operación turística de la provincia y promueven la protección y conservación del PCI</p>	<p>- Documentos de normas publicas de regulación</p> <p>- Actas de aprobación</p>	<p>conservación del PCI</p>
ACTIVIDADES		PRESUPUESTO USD	
1.3. Diagnostico de la operación turística de la provincia PCI en base a la reglamentación y control de la legislación ecuatoriana		850,00	
1.4. Desarrollo de un propuesta legal de normatividad turística		1.900,00	
4.1. Revisión y aprobación de la propuesta		150,00	
4.2. Divulgación y aplicación del sistema de normas publicas		1.700,00	

Elaborado por: José Lliquín

Cuadro 22. Perfil del proyecto 4 del subprograma 4

<p>Perfil del proyecto: Declaración de patrimonios culturales inmateriales de la provincia de Chimborazo como patrimonios de la nación</p>
<p>Sector: Provincia de Chimborazo</p> <p>Objetivo.-Gestionar medidas para declarar a los patrimonios culturales inmateriales de la provincia de Chimborazo como patrimonios de la nación, que por su naturaleza, características y valor deban ser declarados como tales.</p> <p>Beneficiarios del proyecto: Provincia de Chimborazo</p> <p>Duración del proyecto: 3 años</p>
<p>Presupuesto Estimado: 4.050,00</p>

RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN			
Gestionar medidas para declarar patrimonios de la nación a PCI de la provincia de Chimborazo que por sus características, singularidad y valor deban ser declarados como tales	Desde inicios del 2014 se gestionan medidas y parámetros para declarar a PCI de la provincia como patrimonios de la nación	<ul style="list-style-type: none"> - Informes técnicos de actividades gestionadas - Medidas y parámetros para declaración de patrimonios de la nación 	La declaratoria como patrimonios de la nación al ámbito patrimonial inmaterial de la provincia genera y promueve la conservación y protección de los mismos
PROPOSITO			
Establecer parámetros para declarar a los PCI de la provincia como patrimonios de la nación y fomente la protección y conservación del PCI	A finales del 2014 se establece parámetros y se propone declarar a ciertos PCI de la provincia que por su naturaleza, simbolismo y valor deben ser declarados como patrimonios de la nación	<ul style="list-style-type: none"> - Documentos del parámetros necesarios para declarar patrimonios de la nación - Informes técnicos - Listados de PCI a ser declarados como patrimonios de la nación 	Se cuenta con los recursos necesarios y la aprobación para declarar a ciertos patrimonios inmateriales de la provincia como patrimonios de la nación el mismo de incentivará a la protección y conservación del mismo
COMPONENTES			
1. Análisis de la patrimonios inmateriales a ser declarados como patrimonios de la nación	A mediados del 2014 se ha realizado un análisis minucioso de los bienes patrimoniales inmateriales que posee la provincia de Chimborazo, los mismos que por su alto valor y simbolismo deben ser declarados como patrimonios de la	<ul style="list-style-type: none"> - Informes de técnicos de análisis - Listados de bienes patrimoniales inmateriales a ser declarados - Informes de gestión 	Se da el visto bueno para declarar como patrimonios de la nación a ciertos bienes patrimoniales inmateriales que por su naturaleza , simbolismo y valor deben ser declarados como tales

2. Propuesta de bienes inmatrimoniales patrimoniales para ser declarados como patrimonios de la nación	nación A inicios del 2015 se propone a las instituciones pertinentes declarar como patrimonios de la nación a ciertos patrimonios inmatrimoniales de la provincia	- Documentos de parámetros para declarar patrimonios de la nación - Actas de aprobación	
ACTIVIDADES		PRESUPUESTO USD	
1.1. Diagnostico de los bienes patrimoniales inmatrimoniales de la provincia 1.2. Realizar un expediente sobre el patrimonio inmaterial de la provincia 2.1. Presentación del expediente de bienes patrimoniales inmatrimoniales al INPC 2.2. Decreto ejecutivo para la declaración de bienes patrimoniales inmatrimoniales de la provincia de Chimborazo como patrimonios de la nación 2.3. Gestiona recursos para la operatividad del proyecto 2.4. Firma de convenios	1.100,00 1.750,00 360,00 250,00 250,00 350,00		

Elaborado por: José Lliquín

b. Presupuesto referencial del programa

Cuadro 23. Presupuesto referencial del programa

PROYECTO	COSTO APROXIMADO (USD)
Proyecto 1.1	4.650,00
Proyecto 1.2	6.900,00
Proyecto 1.3	8.740,00
Proyecto 2.1	5.760,00
Proyecto 2.2	8.340,00
Proyecto 3.1	8.750,00
Proyecto 3.2	8.430,00
Proyecto 3.3	17.450,00
Proyecto 3.4	10.750,00
Proyecto 4.1	5.080,00
Proyecto 4.2	4.400,00
Proyecto 4.3	4.600,00
Proyecto 4.4	4.050,00
TOTAL PRESUPUESTO	97.900,00

Elaborado por: José Lliquín

c. Responsables

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural

d. Tiempo de ejecución del programa

10 años

e. Instituciones de apoyo

- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo
- Gobiernos Autónomos Descentralizados de los Cantones de la prov. De Chimborazo
- Juntas Parroquiales
- Ministerio de Turismo regional Sierra Centro
- Ministerio de Cultura
- Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
- Universidad Nacional de Chimborazo

5. Plan operativo anual (POA)

Cuadro 24. Plan operativo anual

PLAN OPERATIVO ANUAL															
CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO															
ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO												Recursos	Costos
		AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5		AÑO 6			
		I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II		
Subprograma 1															
PROYECTO 1. Revitalización del patrimonio festivo, cívico y ceremonial de la provincia de Chimborazo												SUBTOTAL 1	4.650,00		
1.1. Diagnostico del patrimonio festivo, cívico y ceremonial de la provincia de Chimborazo.	Ing. Ecoturismo		X											Remuneración técnico	700,00
														Materiales de oficina	60,00
														Utilización equipo de oficina	150,00
														Alimentación técnico	150,00
														Movilización técnico	100,00
															TOTAL 1

1.2. Segmentación de fiestas cívicas y ceremoniales	Ing. Ecoturismo		X										Materiales de oficina	60,00
													Alimentación	100,00
													Movilización	150,00
													Utilización equipos de oficina	150,00
													Total 2	460,00
1.3. Elaboración del plan de revitalización cultural	Ing. Ecoturismo			X	X								Remuneración técnico	2.100,00
													Alimentación técnico	200,00
													Movilización técnico	150,00
													Materiales de oficina	100,00
													Utilización equipo de oficina	150,00
													Impresión de documentos	60,00
													TOTAL 3	2.760,00
1.1. Gestión instituciones ante	Coordinador del proyecto				X								Movilización	150,00
													Alimentación	100,00
													TOTAL 4	250,00

2.2. Firma de convenios	Coordinador del proyecto				X									Alimentación	150,00	
															Movilización	100,00
															TOTAL 5	250,00
Proyecto 2. Revitalización del ámbito patrimonial de agro diversidad y sabiduría ecológica ancestral de la provincia de Chimborazo.													SUBTOTAL 2	6.900,00		
1.1. Diagnostico del patrimonio en el ámbito de agro diversidad y sabiduría ecológica de la provincia de Chimborazo	Ing. Ecoturismo			X										Remuneración técnico	1.400,00	
															Materiales de oficina	60,00
															Utilización equipo de oficina	200,00
															Movilización técnico	100,00
															Alimentación técnico	150,00
															TOTAL 1	1.910,00
1.2. Levantamiento del inventario del ámbito de agro diversidad y sabiduría ecológica de la provincia de Chimborazo	Ing. Ecoturismo			X	X									Remuneración técnico	1.000,00	
															Materiales de oficina	80,00
															Utilización equipo de oficina	150,00
															Movilización técnico	150,00
															Alimentación técnico	150,00

														TOTAL 2	1.530,00
1.3. Elaboración plan de revitalización	Ing. Ecoturismo				X	X								Remuneración técnico	2.100,00
														Alimentación técnico	200,00
														Movilización técnico	150,00
														Materiales de oficina	100,00
														Utilización equipo de oficina	250,00
														Impresión de documentos	60,00
														TOTAL 3	2.960,00
2.1. Gestión ante instituciones	Coordinador proyecto					X								Movilización	150,00
														Alimentación	100,00
														TOTAL 4	250,00
2.2. Firma de convenios	Coordinador proyecto					X								Alimentación	150,00
														Movilización	100,00
														TOTAL 5	250,00
Proyecto 3. Fortalecimiento de la identidad cultural a través del uso de tradiciones y expresiones orales													SUBTOTAL 3	8.740,00	

1.1. Diagnóstico del patrimonio oral en la provincia de Chimborazo	Ing. Ecoturismo	X	X											Remuneración técnico	700,00
														Materiales de oficina	30,00
														Movilización técnico	100,00
														Alimentación	100,00
														TOTAL 1	930,00
1.2. Inventario del patrimonio oral de la Provincia de Chimborazo	Ing. Ecoturismo		X	X										Remuneración técnico	800,00
														Materiales de oficina	60,00
														Movilización técnico	150,00
														Alimentación	100,00
														Utilización equipo de oficina	250,00
												TOTAL 2	1.360,00		
1.3. Realización de talleres para la concientización sobre la importancia del patrimonio oral	Ing. Ecoturismo			X	X									Materiales de oficina	100,00
														Pago personal técnico	1.000,00
													TOTAL 3	1.100,00	
1.4. Planteamiento de	Ing.				X									Remuneración técnico	1.100,00

estrategias para protección de PCI	Ecoturismo																	Impresión de documentación	90,00	
																		TOTAL 4	1.190,00	
1.5.Elaboración del plan de fortalecimiento de la identidad cultural	Ing. Ecoturismo					X	X											Remuneración técnico	1400,00	
																		Materiales de oficina	60,00	
																			Movilización técnico	150,00
																			Alimentación	100,00
																			Utilización equipo de oficina	250,00
																			TOTAL 5	1.960,00
1.6. Realización de eventos culturales como declamaciones del patrimonio oral de la provincia	Ing. Ecoturismo Promotores culturales					X	X											Remuneración técnico	1.400,00	
																		Movilización	300,00	
																		TOTAL 6	1.700,00	
1.1. Gestión ante instituciones	Coordinador proyecto						X											Movilización	150,00	
																		Material de oficina	100,00	
																		TOTAL 7	250,00	
1.2. Firma de convenios	Coordinador						X										Material de oficina	150,00		

	proyecto													Movilización	100,00
														TOTAL 8	250,00
SUBPROGRAMA 2															
Proyecto 1. Formación, capacitación y profesionalización de promotores turísticos culturales para un mejor desempeño en el ámbito del patrimonio cultural inmaterial dirigido al sector de las juntas parroquiales de la provincia de Chimborazo													SUBTOTAL 1	5.760,00	
1.1. Estructuración del proyecto de capacitación, profesionalización y formación de promotores turísticos culturales en las juntas parroquiales	Ing. Ecoturismo		X											Remuneración técnico	700,00
														Materiales de oficina	100,00
														TOTAL 1	800,00
1.2. Estructurar módulos de capacitación	Ing. Ecoturismo		X											Pago personal técnico	700,00
														Impresión de documentación	150,00
														Materiales de oficina	80,00
														TOTAL 2	930,00
1.3. Convenio con el consorcio de juntas parroquiales para la capacitación de promotores turísticos culturales	Coordinador proyecto		X											Movilización	150,00
														Materiales de oficina	100,00
														TOTAL 3	250,00

2.1. Capacitación, profesionalización y formación de promotores turísticos culturales	Ing. Ecoturismo			X	X	X											Pago personal técnico	1.400,00	
																		Impresión de documentación	150,00
																		Materiales de oficina	80,00
																		TOTAL 4	1.630,00
2.2. Gestión de recursos	Coordinador proyecto				X												Movilización	150,00	
																	Alimentación	100,00	
																	TOTAL 5	250,00	
1.3. Ejecución del proyecto	Coordinador proyecto				X												Pago personal técnico	1.400,00	
																	Impresión de documentación	150,00	
																	Movilización	300,00	
																	TOTAL 6	1.850,00	
Proyecto 2. Etnoeducación "Conozcamos y valoremos nuestra identidad cultural" dirigido a niños de las escuelas de la provincia de Chimborazo.																SUBTOTAL 2	8.340,00		
1.1. Estructuración del proyecto etnoeducativo dirigido a niños de las escuelas de la provincia de Chimborazo	Ing. Ecoturismo	X	X														Pago personal técnico	1.300,00	
																	Impresión de documentación	100,00	
																	TOTAL 1	1.400,00	

1.2. Realización de material didáctico para procesos de etnoeducación	Ing. Ecoturismo		X	X	X									Pago persona técnico	700,00	
															Impresión material didáctico	3.000,00
															TOTAL 2	3.700,00
2.1. Convenio con Ministerio de Educación	Coordinador proyecto				X									Material de oficina	100,00	
														Movilización	80,00	
														TOTAL 3	180,00	
2.2. Definir escuelas piloto	Ing. Ecoturismo					X								Materiales de oficina	80,00	
														Movilización	100,00	
														TOTAL 4	180,00	
2.3. Gestión de recursos	Coordinador proyecto					X								Materiales de oficina	80,00	
														Movilización	150,00	
														TOTAL 5	230,00	
1.4. Ejecución del proyecto	Coordinador proyecto					X								Pago persona técnico	2.500,00	
														Impresión documentación	150,00	
														TOTAL 6	2.650,00	

SUBPROGRAMA 3														
Proyecto 1. Diseño de guías patrimoniales en todos los ámbitos del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo												SUBTOTAL 1	8.750,00	
1.1. Realización del estudio de mercado	Ing. Ecoturismo		X										Pago persona técnico	700,00
													Impresión documentación	100,00
		TOTAL 1												800,00
1.2. Analizar la optimización y técnicas para el diseño de las guías	Diseñador gráfico		X	X									Pago personal técnico	500,00
													Impresión documentación	150,00
		TOTAL 2												650,00
1.3. Diseñar e implementar las guías patrimoniales de acorde a los parámetros del INPC	Diseñador gráfico			X	X	X							Remuneración técnico	800,00
													Impresión de guías	6.000,00
		TOTAL 3												6.800,00
1.5. Gestión ante instituciones	Coordinador proyecto					X							Movilización	150,00
													Material de oficina	100,00
		TOTAL 7												250,00
1.6. Firma de convenios	Coordinador					X							Material de oficina	150,00

	proyecto													Movilización	100,00
														TOTAL 8	250,00
Proyecto 2 Implementación de la feria de la memoria viva de la provincia de Chimborazo													SUBTOTAL 2	8.430,00	
1.1. Realizar un diagnostico de la necesidades para el diseño del proyecto	Ing. Ecoturismo		X											Remuneración técnico	1.100,00
														Materiales de oficina	150,00
														Movilización	180,00
														TOTAL 1	1.430,00
1.2. Realizar el diseño del proyecto Feria de la memoria viva	Ing. Ecoturismo		X	X	X									Pago personal técnico	2,500.00
														Materiales de oficina	150,00
														Impresión de documentos	100,00
														TOTAL 2	2,750,00
2.1. Gestionar los recursos necesarios para la implementación de la feria	Coordinador proyecto					X								Movilización	150,00
														Materiales de oficina	150,00
														TOTAL 3	300,00
2.2. Implementar el proyecto	Coordinador					X	X							Remuneración técnico	3.500,00

feria de la memoria viva	proyecto																				Materiales de oficina	150,00	
																						Impresión de documentos	300,00
																						TOTAL 4	3.950,00
		Proyecto 3. Diseño e implementación de un parque temático ancestral en la Pirámide del Puñay																	SUBTOTAL 3	17.450,00			
1.1. Realizar el estudio e informe técnico de la demanda potencial de turismo cultural	Ing. Ecoturismo			X																	Pago personal técnico	1.100,00	
																						Impresión de documentos	150,00
																						Movilización	150,00
																						TOTAL 1	1.400,00
1.2. Validación e información de las manifestaciones culturales del sector	Ing. Ecoturismo			X																	Pago personal técnico	800,00	
																						Impresión de documentos	150,00
																						Movilización	150,00
																						TOTAL 2	1.100,00
1.3. Diseñar una infraestructura física para el parque temático ancestral	Arquitecto				X	X	X														Remuneración técnico	2.500,00	
																						Impresión de documentos	300,00
																						Diseño de planos	3.500,00

														TOTAL 3	6.300,00
1.4. Gestionar recursos para el diseño e implementación del parque temático	Coordinador proyecto							X						Movilización	150,00
														Materiales de oficina	150,00
														Impresiones de documentos	150,00
														TOTAL 4	450,00
2.1. Elaboración de un plan de marketing para la promoción del producto	Ing. Ecoturismo								X	X				Pago personal técnico	3.000,00
														Materiales de oficina	200,00
														Impresión material promocional	5.000,00
														TOTAL 5	8.200,00
Proyecto 4. Diseño de un producto turístico artesanal mediante la vinculación con el turismo de los procesos productivos de las artesanías de Cacha y Nizag													SUBTOTAL 4	10.750,00	
1.1. Realizar el estudio e informe técnico de la demanda potencial de turismo cultural en los sectores de Cacha y Nizag	Ing. Ecoturismo	X												Pago personal técnico	1.100,00
														Impresión de documentos	150,00
														Movilización	300,00
														TOTAL 2	1.550,00

1.2. Validación e información de las artesanías de los sectores a estudiar	Ing. Ecoturismo		X											Pago personal técnico	800,00
														Impresión de documentos	150,00
														Movilización	150,00
														TOTAL 2	1.100,00
1.3. Diseñar del producto turístico cultural para la vinculación de las artesanías de Cacha y Nizag con el sector turístico	Ing. Ecoturismo		X	X										Remuneración técnico	2.100,00
														Materiales de oficina	150,00
														Impresión de documentos	200,00
														TOTAL 3	2.450,00
1.4. Gestionar recursos	Coordinador proyecto			X										Movilización	150,00
														Materiales de oficina	150,00
														Impresiones de documentos	150,00
														TOTAL 4	450,00
2.1. Elaboración de un plan de marketing para la promoción del producto	Ing. Ecoturismo				X	X								Pago personal técnico	2.000,00
														Materiales de oficina	200,00
														Impresión material promocional	3.000,00

															TOTAL 5	5.200,00
SUBPROGRAMA 4																
Proyecto 1 Diseñar un plan de protección y salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo															SUBTOTAL 1	5.080,00
1.1. Diagnóstico de la problemática actual del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo	Ing. Ecoturismo		X												Remuneración técnicos	900,00
															Movilización	200,00
															Materiales de oficina	100,00
															TOTAL 1	1.200,00
1.2. Estudios técnicos	Ing. Ecoturismo		X	X											Pago personal técnico	700,00
															Materiales de oficina	80,00
															Impresión documentos	150,00
															TOTAL 2	930,00
1.3. Desarrollo y ejecución del Plan de medidas encaminadas a la protección y conservación del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo para el aprovechamiento y uso	Ing. Ecoturismo				X	X									Remuneración técnicos	2.100,00
															Materiales de oficina	150,00
															Impresión de documentos	200,00
															Movilización	150,00

turístico del mismo																TOTAL 3	2.600,00
2.1. Gestión de recursos	Coordinador proyecto															Movilización	150,00
																Materiales de oficina	100,00
																Impresión de documentos	100,00
																TOTAL 4	350,00
Proyecto 2. Estructuración de ordenanzas para la conservación del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo														SUBTOTAL 2	4.400,00		
1.1. Diagnostico de la operación turística del PCI en base a la reglamentación de la legislación ecuatoriana	Ing. Ecoturismo	X														Pago personal técnico	700,00
																Materiales de oficina	150,00
																TOTAL 1	850,00
1.2. Desarrollo de un propuesta legal para la estructuración de ordenanzas	Abogado		X													Remuneración técnico	1.400,00
																Materiales de equipo	150,00
																Impresión de documentos	200,00
																Movilización	150,00
															TOTAL 2	1.900,00	

2.1. Revisión y aprobación de la propuesta	Coordinador proyecto		X													Materiales de oficina	50,00
	Consejos cantonales															Refrigerios	100,00
																TOTAL 3	150,00
2.2. Divulgación y aplicación de las ordenanzas	Coordinador proyecto		X	X												Elaboración de folletos informativos	1.500,00
	Consejos cantonales															TOTAL 4	1.500,00
Proyecto 3. Generación de normas públicas para la regulación de la operación turística en productos del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo														SUBTOTAL 3	4.600,00		
1.1. Diagnostico de la operación turística de la provincia PCI en base a la reglamentación y control de la legislación ecuatoriana	Ing. Ecoturismo		X													Pago personal técnico	700,00
																Materiales de oficina	150,00
																TOTAL 1	850,00
1.2. Desarrollo de un propuesta legal de normatividad turística	Abogado		X													Remuneración técnico	1.500,00
																Materiales de equipo	100,00
																Impresión de documentos	150,00
																Movilización	150,00
															TOTAL 2	1.900,00	

2.1. Revisión y aprobación de la propuesta	Coordinador proyecto		X													Materiales de oficina	50,00
	Consejos cantonales															Refrigerios	100,00
																TOTAL 3	150,00
2.2. Divulgación y aplicación de las ordenanzas	Coordinador proyecto		X	X												Elaboración de folletos informativos	1.700,00
	Consejos cantonales															TOTAL 4	1.700,00
Proyecto 4. Declaración de patrimonios culturales inmateriales de la provincia de Chimborazo como patrimonios de la nación													SUBTOTAL 4	4.050,00			
1.1. Diagnostico de los bienes patrimoniales inmateriales de la provincia	Ing. Ecoturismo		X													Remuneración técnicos	800,00
																Materiales de oficina	150,00
																Movilización	150,00
																TOTAL 1	1.100,00
1.2. Realizar un expediente sobre el patrimonio inmaterial de la provincia	Ing. Ecoturismo		X	X												Pago personal técnico	1.400,00
																Materiales de oficina	150,00
																Impresión de documentos	200,00
																TOTAL 2	1.750,00

2.1. Presentación del expediente de bienes patrimoniales inmateriales al INPC	Ing. Ecoturismo			X													Materiales de oficina	150,00
																	Impresión de documentos	200,00
		TOTAL 3															350,00	
2.2. Decreto ejecutivo para la declaración de bienes patrimoniales inmateriales de la provincia de Chimborazo como patrimonios de la nación	Abogado Técnico INPC				X	X											Impresión de documentos	250,00
		TOTAL 4															250,00	
2.3. Gestiona recursos para la operatividad del proyecto	Coordinador proyecto						X										Materiales de oficina	100,00
																	Movilización	150,00
		TOTAL 5															250,00	
2.4. Firma de convenios	Coordinador proyecto						X										Materiales de oficina	100,00
																	Almuerzos	250,00
		TOTAL 6															350,00	
TOTAL PRESUPUESTO																	97.900,00	

Elaborado por: José Lliquín

6. Propuesta para el aprovechamiento y uso turístico del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo

La propuesta se ha basado en acorde a los requerimientos basados y trabajados en la formulación del programa de aprovechamiento y uso turístico del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo.

a. Objetivos y líneas de actuación

Considerando que se han analizado el diagnóstico de la situación legal y de las instituciones y actividades principales que trabajan en el ámbito del patrimonio inmaterial en la provincia de Chimborazo, el Programa de aprovechamiento y uso turístico del patrimonio cultural inmaterial desarrolla un conjunto de acciones a realizar. Para ello el Programa marcará en primer lugar un conjunto de objetivos generales a alcanzar y desarrollar por éstas.

- 1) Ordenar las competencias y recursos para la gestión del patrimonio inmaterial en la estructura de la administración de la provincia de Chimborazo.
- 2) Identificar y documentar las manifestaciones culturales que constituyen el patrimonio inmaterial de la provincia, con la mayor exhaustividad y rigor posibles.
- 3) Proteger los bienes del Patrimonio Inmaterial más valiosos y/o frágiles, procurando los medios que sean necesarios para su continuidad y salvaguarda.
- 4) Incrementar las líneas de cooperación y coordinación entre las instituciones que trabajan en la provincia en este ámbito.
- 5) Hacer partícipe a la sociedad chimboracense del valor e interés que tienen estos bienes, poniendo los medios para su difusión mayoritaria.

A su vez estos objetivos se encausarán en distintas líneas de trabajo propuestas en los perfiles de proyectos diseñados para el programa, en distintas líneas de trabajo en donde se irán enmarcando las distintas acciones a desarrollar.

- Definición de competencias, protocolos de coordinación y actuación, así como de recursos para la administración del programa.
- Puesta en marcha y difusión del inventario del patrimonio inmaterial de la provincia de Chimborazo.
- Protección desde la aplicación de la normativa vigente.
- Desarrollo de las vías de colaboración entre las distintas entidades vinculadas e implicadas en los distintos ámbitos gestión y promoción del patrimonio inmaterial.
- Colaboración con otras entidades en las tareas de recopilación y conservación del patrimonio inmaterial.
- Seguimiento de la evolución del patrimonio inmaterial y puesta en marcha del programa de aprovechamiento y uso turístico.

Cuadro 25. Objetivos y líneas de actuación de la propuesta

OBJETIVOS	LINEAS DE ACTUACION	ACTIVIDADES PROPUESTAS
Ordenar las competencias y recursos para la gestión del patrimonio inmaterial en la estructura de la administración de la provincia de Chimborazo.	Definición de competencias, protocolos de coordinación y actuación, así como de recursos para la administración del programa.	<p>Revisión del organigrama, competencias y procedimientos actuales del gobierno de la provincia de Chimborazo en materia de patrimonio inmaterial para establecer vías de cooperación.</p> <p>Revisar los criterios de las convocatorias de subvención existentes en el Departamento de Cultura y Turismo así como en el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural para impulsar ayudas a acciones sobre el patrimonio inmaterial.</p>
Identificar y documentar las manifestaciones culturales que constituyen el patrimonio inmaterial de la provincia, con la mayor exhaustividad y rigor posibles.	Puesta en marcha del inventario del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo	<p>Definición del inventario: objetivos, campos, prioridades, fases y desarrollo.</p> <p>Incorporación al inventario de los bienes del patrimonio inmaterial ya recopilados.</p> <p>Ejecución de las sucesivas fases de Inventario</p>
Proteger los bienes del Patrimonio Inmaterial más valiosos y/o frágiles, procurando los medios que sean	Seguimiento de la evolución del patrimonio inmaterial	<p>Creación de una red de colaboradores locales a través de la concienciación de la protección difusión y salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial</p> <p>Grabación periódica de los bienes del patrimonio inmaterial declarados para ir registrando su evolución.</p> <p>Grabación periódica de otros bienes del patrimonio inmaterial para su descripción y difusión.</p>
	Protección desde la normativa vigente	<p>Incoación de oficio de los expedientes de declaración de aquellos bienes del patrimonio inmaterial que se consideren más vulnerables.</p> <p>Valoración de las solicitudes de declaración que se remitan y tramitación de las que procedan.</p> <p>Inclusión y actualización de los datos sobre bienes del patrimonio</p>

necesarios para su continuidad y salvaguarda.		<p>inmaterial que figuran en el Registro de Bienes Culturales.</p> <p>Obligatoriedad de incluir informes sobre las afecciones a bienes del patrimonio inmaterial en todos los proyectos de intervención sobre los muebles e inmuebles del patrimonio cultural de la provincia de Chimborazo</p>
Incrementar las líneas de cooperación y coordinación entre las instituciones que trabajan en la provincia en este ámbito.	<p>Desarrollo de las vías de colaboración entre las distintas entidades vinculadas e implicadas en los distintos ámbitos gestión y promoción del patrimonio inmaterial.</p> <p>Colaboración con otras entidades en las tareas de recopilación y conservación del patrimonio inmaterial</p>	<p>Poner en práctica vías de colaboración estable entre las distintas unidades implicadas en la gestión y promoción del Patrimonio Inmaterial.</p> <p>Desarrollar proyectos en común con otras unidades sobre temas del patrimonio inmaterial de Chimborazo.</p> <p>Apoyo a la ordenación, catalogación y digitalización de los archivos de documentación sobre patrimonio inmaterial que custodian las entidades públicas y privadas.</p> <p>Unificar las tareas de custodia y difusión de los soportes audiovisuales originales que contienen la documentación sobre los bienes del patrimonio inmaterial en la provincia.</p> <p>Digitalización de los documentos audiovisuales que contienen información sobre el patrimonio inmaterial de Navarra que fueron realizados en otros soportes más vulnerables.</p> <p>Firma de convenios de colaboración con otras instituciones para apoyar distintos aspectos del inventario (Archivo del Patrimonio Inmaterial de Chimborazo).</p>
Hacer partícipe a la sociedad chimboracense del valor e interés que tienen estos bienes, poniendo los medios para su difusión mayoritaria.	Difusión del Inventario del patrimonio inmaterial de Chimborazo.	<p>Creación de una versión on-line del patrimonio inmaterial de Chimborazo, con la información accesible a los usuarios a través de Internet.</p> <p>Creación de una red de itinerarios y lugares del patrimonio inmaterial señalizados, en colaboración con el Ministerio de Turismo Y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.</p> <p>Programa estable de sesiones de presentación de los materiales recopilados en el inventario en las localidades donde se han</p>

		recogido y de exposiciones itinerantes.
		Incorporación del patrimonio inmaterial a las labores de difusión de planes de turismo cultural.
	Puesta en marcha del programa de aprovechamiento y uso turístico del patrimonio cultural inmaterial	Edición periódica para la venta al público de documentales de tema etnográfico sobre Chimborazo.
		Proyección de ciclos sobre el Patrimonio Inmaterial de Chimborazo.
		Diseño y edición de material didáctico específico en colaboración con el Departamento de Educación y Cultura.
		Celebración de jornadas y encuentros científicos sobre patrimonio inmaterial.
		Continuidad con programas que vinculan el rescate difusión y salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial.

En base a estos objetivos, líneas de acción y actividades propuestas se deben seguir lineamientos estratégicos para lograr los objetivos, enfrentar las debilidades, fortalecer los entes territoriales encargados de la gestión y promoción turística cultural e implementar la propuesta.

1. Sostenibilidad del turismo cultural

Dado que los objetivos de desarrollo de turismo cultural busca la apropiación del patrimonio cultural, fortaleciendo su competitividad y productividad, maximizando los beneficios que genera la actividad turística, la sostenibilidad, gestión y difusión y salvaguarda es el eje de esta propuesta.

La protección de la integridad cultural y del ambiente son las premisas que se han marcado estrategias específicas para que el turismo, cultura y la ecología se correspondan para garantizar la conservación de los recursos y que sean disfrutados por las generaciones futuras. Por lo tanto; Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades, conservar sus actividades culturales, sus valores tradicionales y contribuir al entendimiento y tolerancia intercultural.

2. Gestión del turismo cultural

a. Mejoramiento de la oferta para el turismo cultural

Se fortalecerá prioritariamente la oferta para el turismo cultural en las ciudades de interés histórico – culturales en Chimborazo, en los destinos que organicen fiestas y ferias populares, eventos tradicionales o de proyección cultural destacadas en el ámbito cultural y en todas las comunidades integradas en un ruta o circuito cultural a través de las siguientes acciones:

- Ordenamiento y planificación, para tal fin se relacionara la información de inventarios turísticos y de patrimonio inmaterial y en si del patrimonio material existentes, sobre la situación competitiva del destino para el turismo cultural y su posicionamiento de productos turísticos culturales.

- Acceso a la oferta cultural y su uso turístico; se promoverán la sensibilización con los sectores del ámbito cultural y turístico con el fin de mejorar al acceso del patrimonio a la comunidad local y turistas a través del turismo. Para tal fin se establecerán programas conjuntos para mejorar la gestión de acontecimientos y eventos orientados como productos turísticos culturales.
- Fortalecimiento de la cadena productiva artesanal en destinos turísticos culturales; las artesanías viven y se transforman cuando encuentran nuevos mercados y son capaces de competir entre ellos, la revitalización y el rescate de esta actividad permiten reforzar el patrimonio cultural de Chimborazo. Se buscará fortalecer el sector artesanal en las zonas prioritarias mediante procesos de formación, capacitación, asistencia técnica y comercialización.
- Fortalecimiento de la gastronomía tradicional en los destinos turísticos culturales.

b. Diseño de productos turísticos culturales

Se dará prioridad al de productos turísticos culturales mediante una estrategia de regionalización turística que marcará la estructuración de la oferta, en corredores, rutas y circuitos articulando sitios y destinos para dar un valor agregado a cada uno de los bienes culturales inmateriales.

c. Participación de las comunidades receptoras y estructuración del sector

Para tal fin se aunarán esfuerzos de entidades vinculadas al sector cultural como Ministerio de Turismo, Cultura, INPC, para sensibilizar a los gestores de los recursos culturales acerca de la importancia del turismo cultural, como prioridad del gobierno local y estrategias de desarrollo regional, así como de mecanismos institucionales de gestión existentes para el desarrollo cultural y turístico, en la consolidación del turismo cultural.

d. Formación del talento humano para el turismo cultural

Para este fin se promoverá programas de formación en turismo cultural de igual forma se promoverá la investigación en materia de turismo cultural.

e. Mercadeo y promoción del turismo cultural

Se contará con un plan de mercadeo especializado para posicionar a Chimborazo como destino cultural.

VI. CONCLUSIONES

- A.** El patrimonio inmaterial de la provincia de Chimborazo se manifiesta en: individuos, grupos, sociedades y pueblos en cada uno de los cantones propiciando la cohesión social, identidad y memoria viva

- B.** Existe potencial turístico cultural en la provincia de Chimborazo, ya que las manifestaciones culturales que existen en la misma, son altamente llenas de identidades culturales únicas, permitiendo motivar a turistas nacionales a extranjeros a que las conozcan y se involucren en ellas.

- C.** Existe viabilidad comercial para la implementación de un programa de aprovechamiento y uso turístico del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo, ya que existe una aceptación alta de productos turísticos culturales para los turistas nacionales y extranjeros.

- D.** La orientación filosófica y estratégica del programa está orientada a la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo, considerando la gestión sobre el ámbito de la gobernanza turística para desarrollar proyectos que permitan la sostenibilidad social, cultural y económica de las actividades culturales.

VII. RECOMENDACIONES

- A.** El programa de aprovechamiento y uso turístico del PCI debe ser tomado como una herramienta estratégica para el desarrollo turístico de la provincia en cuanto al turismo cultural se refiere, debido a que en los perfiles de proyectos se contempla las necesidades y actividades que deberían implementarse para la consecución de los propósitos y fines consolidados.

- B.** Se debe incentivar a la población local a que asuma funciones de liderazgo en la planificación y el desarrollo turístico cultural, con asistencia del gobierno, la empresa privada, el sector financiero y otros actores, con la finalidad de que los recursos generados sean en beneficio de ellos mismos.

- C.** Se debe establecer lazos más sólidos entre cultura y turismo, porque la pérdida de los elementos de identidad diferenciadores de cada lugar eliminaría el motivo que hace que los turistas tengan ganas de volver. Para esto es necesario que las empresas turísticas manejen políticas internas adecuadas y crear conciencia en los visitantes para la preservación de la cultura.

- D.** La capacitación constante de los agentes y promotores culturales promoverá la adecuada gestión del patrimonio cultural inmaterial, permitiendo que se eduque a la comunidad local en diferentes aspectos como: atención al cliente, sociabilización, cuidado y protección del PCI, etc. Para de esta manera generar una oferta turística cultural frente a las exigencias del nuevo mercado turístico.

- E.** El programa y perfiles de proyectos deberían ser implementados de una manera consciente, ya que cada perfil de proyecto se ha adecuado en función a las necesidades priorizadas para la protección, cuidado, aprovechamiento y promoción del patrimonio cultural inmaterial.

- F.** El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural tanto como el Ministerio de Turismo deben asumir el liderazgo de promover iniciativas para la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo tanto en la implementación de programas y proyectos así como el financiamiento de los mismos.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: realizar un programa de aprovechamiento y uso turístico del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo, de esta manera fomentar el cuidado, protección, aprovechamiento y promoción del mismo, mediante una adecuada gestión. El inventario de las manifestaciones culturales en cuanto a patrimonio cultural inmaterial se refiere en la provincia de Chimborazo es de carácter extenso por ende se ha optado en registrar en el presente trabajo las manifestaciones con mayor potencial turístico, así se pudo establecer perfiles de proyectos considerando las políticas del patrimonio cultural, en referencia al uso y conservación del patrimonio cultural inmaterial y a las políticas del PLANDETUR 2020. Se determinó el estudio de análisis de oferta en donde se recopiló la información tanto de planta turística, atractivos turísticos y productos turísticos de la provincia de Chimborazo. Con el análisis de la demanda se conoció el perfil de los turistas tanto nacionales como extranjeros lo que permitió conocer las necesidades, preferencias de los turistas. Finalmente se elaboró la propuesta técnica para el programa de aprovechamiento y uso turístico del patrimonio cultural inmaterial de la provincia comenzando con el análisis FODA lo que permitió conocer tanto fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del sistema turístico y categorías del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Chimborazo. En el programa se estructuró 8 perfiles de proyectos sostenibles que permitirán el aprovechamiento y uso del patrimonio cultural para favorecer a la conservación, revitalización y difusión del mismo.

IX. SUMMARY

This research proposes: perform a program of development and use of intangible cultural touristic heritage in Chimborazo province, to promote care, protection, development and promotion of the same one by a suitable management. The inventory of cultural heritage in Chimborazo province is extensive in nature hence; it was decided to record the manifestations with a higher potential touristic. That is why; profiles could be established considering the political project of cultural heritage, regarding the use and conservation of cultural heritage and 2020 PLANDETUR policies. It was determined the analysis study where information was gathered from the touristic facilities, tourist attractions and tourist products in the province. With the analysis of the demands met the profile of domestic and foreign tourists which allowed meet needs, preferences of the tourists. Finally, the technique proposal was developed for program development and use of intangible cultural heritage touristic, starting with the FODA analysis, which allowed use to know strengths, weaknesses, opportunities and threats of the tourism system and categories of intangible cultural heritage of the province. The program is structured by sustainable projects profiles that will allow the development and use of cultural heritage to promote the preservation, revitalization and dissemination.

X. BIBLIOGRAFIA

- ALEJANDRO, H. 2011. Gastronomía y Biodiversidad Andina en la Provincia de Chimborazo en la Microcuenca del Río Chimborazo. Programa Regional BioAndes, EcoCiencia. Quito.
- ARBOLEDA, G. 1998. Proyectos formulación, evaluación y control. Segunda Edición. Imprenta Cargraphics. Cali Colombia. Pág. 584
- Ander-Egg, Ezequiel y Aguilar, María José: Cómo elaborar un proyecto. Lumen/Humanitas. Buenos Aires, 1996.
- BOLETIN DE ESTADISTICAS TURÍSTICAS, 2010. Ministerio de Turismo.
- BRITTON, Albert. 1999. Dimensiones del turismo. Consultado el 21 de mayo de 2012, disponible en homepage www.monografias.com/turismo.
- BUZZARD, James. 2002 "The Grand Tour and after" in The Cambridge Companion to Travel Writing (2002).Pag.48-50.
- CASTAÑEDA. Ximena. 2001. "importancia del Patrimonio Cultural desde al ámbito social", consultado el 21 de mayo de 2012, disponible en homepage www.monografias.com/patrimoniocultural
- Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural inmaterial 2003. Disponible en homepage <http://www.unesco.org>
- CODENPE. Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador, consultado el 17 de mayo de 2012, disponible en homepage <http://www.codenpe.gob.ec>
- EMPRENDEDORES (2004), consultado el 17 de mayo de 2012, disponible en Homepage <http://www.esmas.com/emprendedores/startups>

- FIESTAS POPULARES DEL ECUADOR, 2002. Instituto Andino de Artes Populares.
- GARCÍA Gary. 2006."Guía para elaborar planes de negocios" Quito-Ecuador
- GARCES, Fausto. 1995. Mercados competitivos y marketing. consultado el 21 de mayo de 2012, disponible en homepage www.monografias.com/marketing
- GERRERO, Patricio. 2002. "Guía Etnográfica". Ediciones Abya Yala".
- GRATEROL, M. 1997. "Proyectos de Inversión". Venezuela.
- GUÍA DE BIENES CULTURALES DEL ECUADOR – CHIMBORAZO, 2010. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. Ecuador.
- Haulot, Arthur. 1991. "Turismo Social". México. TRILLAS, S.A. DE C.V.
- INSTRUCTIVO PARA LA NORMALIZACION DEL FONDE DE PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL, 2010. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. Ecuador
- LA CULTURA POPULAR DEL ECUADOR – Tomo X Chimborazo, 2002 Centro Interamericanode Artesanías y Artes Populares, CIDAP
- METODOLOGÍA MINTUR, 2004
- NOBOA, Patricio. 2008 "Texto Básico de Gestión de Recursos Culturales I".
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. 2002. Guía para Administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible, Madrid.

- ROSELLO, David: Diseño y evaluación de proyectos culturales. Ariel. Barcelona, 2004

- SECTUR-CESTUR, Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural, 2002

- SIERRA, Rodrigo. 1999. "Propuesta preliminar de un sistema de clasificación vegetación para el Ecuador continental". Proyecto INEFAN/GEF-BIRF ecociencia. Quito-Ecuador. 85p.

- TIERRA, P. 2009. "Texto Básico de Planificación Territorial". Escuela Superior de Chimborazo. Facultad de Recursos Naturales. Escuela de Ingeniería en Ecoturismo.

- VELASTEGUÍ, Hugo. 1997. Formulación y Evaluación de proyectos turísticos

XI. ANEXOS

Anexo 1. Cajas de listas del Patrimonio Inmaterial

1. Tradiciones y expresiones orales

SUBÁMBITO	DETALLE SUBÁMBITO
1.1 Cuentos	1.1.1 Cuentos infantiles
	1.1.2 Cuentos sobre animales, plantas, naturaleza muerta y objetos
	1.1.3 Otros
1.2 Historia Local	n/a
1.3 Leyendas	1.3.1 Leyendas asociadas a apariciones de seres mitológicos
	1.3.2 Leyendas asociadas a imágenes religiosas
	1.3.3 Leyendas asociadas a la geografía
	1.3.4 Leyendas asociadas a la toponimia
	1.3.5 Leyendas asociadas a personajes y acontecimientos heroicos
	1.3.6 Leyendas asociadas a plantas y/o animales
	1.3.7 Otros
1.4 Mitos	1.4.1 Mitos antropogónicos
	1.4.2 Mitos cosmogónicos
	1.4.3 Mitos escatológicos
	1.4.4 Mitos etiológicos
	1.4.5 Mitos fundacionales
	1.4.6 Mitos morales
	1.4.7 Mitos teogónicos

	1.4.8 Otros
1.5 Plegarias	1.5.1 Alabados y rezos
	1.5.2 Anent
	1.5.3 Arrullos
	1.5.4 Cánticos
	1.5.5 Chigualos
	1.5.6 Loas
	1.5.7 Otros
1.6 Poesía popular	1.6.1 Amorfinos
	1.6.2 Coplas
	1.6.3 Décimas
	1.6.4 Octavas
	1.6.5 Contrapuntos
	1.6.6 Adivinanzas, humoradas, trabalenguas
	1.6.7 Proverbios, dichos, supersticiones y creencias
	1.6.8 Otros

2. Artes del espectáculo

SUBÁMBITO	DETALLE SUBÁMBITO
2.1 Danza	n/a
2.2 Juegos	2.2.1 Juegos infantiles
	2.2.2 Juegos de faenas agrícolas y otras actividades productivas
	2.2.3 Juegos rituales o festivos

	2.2.4 Juegos de azar
	2.2.5 Actividades lúdicas
	2.2.6 Otros
2.3 Música	n/a
2.4 Teatro	n/a
2.5 Literatura	n/a

3. Usos sociales, rituales y actos festivos

SUBÁMBITO	DETALLE SUBÁMBITO
3.1 Fiestas	3.1.1 Fiestas cívicas
	3.1.2 Fiestas o ceremonias religiosas
	3.1.4 Fiestas agrarias o productivas
	3.1.3 Actos de propiciación o actos simpáticos
	3.1.5 Otras celebraciones festivas
3.2 Prácticas comunitarias tradicionales	n/a
3.3 Ritos	3.3.1 Ritos de parentesco y reciprocidad
	3.3.2 Ritos de paso
	3.3.3 Ritos de iniciación
	3.3.4 Ritos apotropaicos
	3.3.5 Ritos propiciatorios
	3.3.6 Ritos de conmemoración
	3.3.7 Otros
3.4 Personajes festivos	n/a

3.5 Uso social de la vestimenta	3.5.1 Vestimenta ritual
	3.5.2 Vestimenta festiva
	3.5.3 Vestimenta cotidiana

4. Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

SUBÁMBITO	DETALLE SUBÁMBITO
4.1 Agrodiversidad	n/a
4.2 Sabiduría ecológica tradicional	4.2.1 Conocimientos y prácticas relacionadas con fenómenos astronómicos y naturales
	4.2.2 Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales
4.3 Gastronomía	4.3.1 Gastronomía cotidiana
	4.3.2 Gastronomía festiva
	4.3.3 Gastronomía ritual
	4.3.3 Productos alimenticios artesanales
4.4 Medicina Tradicional	n/a
4.5 Espacios simbólicos	4.5.1 Sitios sagrados
	4.5.2 Lugares simbólicos
4.6 Toponimia	n/a

5. Técnicas artesanales tradicionales

SUBÁMBITO	DETALLE SUBÁMBITO
5.1 Técnicas artesanales tradicionales	5.2.1 Alfarería
	5.2.2 Cerería

	5.2.3 Cerrajería
	5.2.4 Cestería
	5.2.5 Ebanistería
	5.2.6 Herrería
	5.2.7 Hojalatería
	5.2.8 Imaginería
	5.2.9 Instrumentos musicales de viento
	5.2.10 Instrumentos musicales de percusión
	5.2.11 Orfebrería
	5.2.12 Peletería
	5.2.13 Pirotecnia
	5.2.14 Masapán
	5.2.15 Talabartería
	5.2.16 Textilería
	5.2.17 Artesanía en semillas
	5.2.18 Otros
	5.3.2 Indumentaria cotidiana
5.2 Técnicas constructivas tradicionales	n/a

Anexo 2. Modelo de encuesta dirigida a turistas nacionales

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



La presente encuesta tiene como objetivo la implementación de un Programa de uso y aprovechamiento del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Provincia de Chimborazo, de esta manera conocer sus gustos preferencias y necesidades que permitan establecer y desarrollar diferentes estrategias de satisfacción hacia el cliente.

NOTA: conteste con la mayor sinceridad posible y escoja solo una opción por pregunta.

1. Edad

2. Sexo

Masculino Femenino

3. Lugar de Procedencia _____

4. Ocupación

Empleado Privado Empleado Público Jubilado
 Profesional Estudiante O

5. Sus ingresos económicos se ubican en el rango de:

250 – 500 USD 500 – 1000 USD
 1000 – 1500 USD Más de 1500 USD

6. ¿Cuándo viaja usted lo hace a través de?

Agencia de viajes – Operadora independiente

7. ¿Cuándo prefiere salir de viaje?

Fin de semana Feriados
 Vacaciones Nunca

8. ¿El motivo de su visita a la ciudad es por?

Turismo Trabajo Estudios

Visita a familiares Otros

9. Su frecuencia de viaje es:

Anualmente Mensualmente Semanalmente

10. Usted usualmente viaja con:

Familiares Amigos En Pareja Otros

11. ¿Cuál es el gasto aproximado que hace usted por día cuando viaja?

50 – 100 USD 100 – 200 USD Más de 200 USD

12. ¿Qué medios de comunicación utiliza usted para informarse sobre lugares de interés que usted puede visitar?

Televisión Radio Internet

Guías turísticas Revistas Centros de información turística

13. ¿Cuándo viaja que tipo de alojamiento prefiere?

Hotel Hostería Hostal Cabañas
Campamentos Casas comunitarias

14. Su destino preferido es:

Costa Sierra Amazonía Galápagos

15. ¿Es la primera vez que visita nuestra provincia?

SI NO

16. ¿Le gustaría que en nuestra provincia se oferten productos turísticos culturales donde se conozcas las tradiciones y costumbres?

SI NO

17. De las siguientes actividades cuales le gustaría realizar al momento de consumir un producto turístico cultural:

Convivencia cultural	<input type="checkbox"/>	Visita a museos	<input type="checkbox"/>
Visita a rutas arqueológicas	<input type="checkbox"/>	Visita a centros históricos	<input type="checkbox"/>
Visita a comunidades	<input type="checkbox"/>	Cabalgatas	<input type="checkbox"/>
Caminatas	<input type="checkbox"/>		

18. ¿Qué tipo de comida prefiere consumir en sus viajes?

- Comida tradicional Comida Nacional
 Comida Internacional Platos a la carta

19. ¿Estaría usted de acuerdo con la implementación de un Programa de uso y aprovechamiento del Patrimonio Cultural Inmaterial de la provincia de Chimborazo, donde se detallan con claridad un buen manejo de los bienes patrimoniales intangibles con las que cuenta la provincia?

- Sí No

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 3. Modelo de encuesta dirigida a turistas extranjeros.

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



This survey aims to implement a program use and exploitation of intangible cultural heritage of the province of Chimborazo, so know your tastes and preferences needs to establish and develop different strategies towards customer satisfaction.

NOTE: answer as honestly as possible and choose only one option per question.

1. Age

2. Sex

- Male Female

3. Hometown _____

4. Occupation

- Public employee Private employee Retired
 Professional Student Other

5. Their incomes are located in the range of:

250 – 500 USD 500 – 1000 USD
 1000 – 1500 USD more than 1500 USD

6. ¿When you do travel through??

Travel agency – operator Independently

7. ¿When you travel you prefer?

Weekend Holidays
 Vacation Never

8. ¿Is the purpose of your visit to the city is by?

Tourism Work Studies
 Visit to family Other

9. Your trip frequency is:

Annually Monthly Weekly

10. You usually travel with:

Family Friends In couple Others

11. ¿What is the approximate cost per day do you do when you travel?

50 – 100 USD 100 – 200 USD More than 200 USD

12. ¿What media do you use to learn about interesting places you can visit?

TV Radio Internet
 Tourism guides Magazines Tourism information centres

13. ¿When you travel you prefer accommodations?

Hotel Hostería Hostal Cabin
 Camps Community homes

14. Your favorite destination is:

Costa Sierra Amazonía Galápagos

15. ¿Is this the first time you visit our province?

YES NO

16. ¿Would you like that in our province are offered cultural tourism products which meet the traditions and customs?

YES NO

17. Which of the following activities you want to do when you consume a cultural tourism product

Cultural coexistence Visit museums

Visit routes archeological Visit historical centres

Visit communities horseback

Hikes

18. ¿What kind of food you prefer eating in your travels?

Traditional food National food

International food Cartes

19. ¿Would you agree with the implementation of a program for use and exploitation of intangible cultural heritage of the province of Chimborazo, detailing clearly good management of intangible heritage assets with which the province account?

YES NO

¡THANK YOU FOR YOUR COOPERATION!

Anexo 4. Catastro de la planta turística de la provincia de Chimborazo

RAZON SOCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCION	CATEGORIA	HABIT	PLAZA	MESA	TELEFONO
CANTON: RIOBAMBA							
PARROQUIAS: VELOZ, VELASCO, LIZARZABURU, MALDONADO Y YARUQUIES							
AGENCIAS DE VIAJES							
CARLOS COLCHA CIA LTDA	COLCHA AREVALO CARLOS	Daniel Leon Borja y C. Zambrano	Internacional	0	0	0	2946-192
CENTER TRAVEL	ING. SILVA R. NILMA	Primera Constituyente 29-47	Dualidad	0	0	0	2942-287
CHIMBORAZO TRAVEL	HERNANDEZ GUILLERMO	España s/n y Orozco	Internacional	0	0	0	2940-924
DELGADO TRAVEL	DELGADO ALVARADO ANTONIO	10 de Agosto y Larrea	Internacional	0	0	0	2963-914
DIAMANTE TOURS	VERA VASQUEZ LUIS ALFONSO	García Moreno y Veloz esq	Internacional	0	0	0	2942-409
FAVY TOUR	QUITO MOROCHO EDGAR	AV. De La Prensa y Princesa Toa	Dualidad	0	0	0	2963-449
FRAMZTOURING ECUADOR	FRANCISCO MOREANO ZAMORA	Guayaquil 28-72 Carabobo	Dualidad	0	0	0	2941-025
INCAÑAN ECOTOURISM	AGUIRE MERINO ANDRES	Brasil 22-28 y Luis A. Falconi	Dualidad	0	0	0	2940-508
INTIEXPRESS	GAVILANEZ CAPELO DOLORES	Priemra Constituyente 31-19 y Lavalle	Dualidad	0	0	0	2962-639
JAKUNAMATATA	ING. ROBALINO A. HOMERO	Juan de Lavalle y Orozco	Dualidad	0	0	0	2950-039
MAJESTOURING	LARA NANCY	10 de Agosto y Carabobo	Internacional	0	0	0	2944-673
MARTHA MENDOZA	MENDOZA LLERENA MARTHA	Guayaquil 20-66 y España	Internacional	0	0	0	2943-186
MERIDIAN TRAVESI	ALVAREZ H. CONSUELO	Primera Constituyente 29-47	Dualidad	0	0	0	2964-043
METROPOLITAN TOURING	CALVOPIÑA DIEGO FERNANDO	Lavalle s/n y Av. Daniel Leon Borja	Dualidad	0	0	0	2969-600
MUNDODESTINOS	MESIAS RIOS WASHINGTON	Daniel Leon Borja 40-26 y C.Z.	Internacional	0	0	0	2960-976
NARIZ DEL DIABLO	LARA YANEZ NORA PATRICIA	5de Junio 24-38 y Orozco	Dualidad	0	0	0	2966-820
NEPTUNO TOURS	VALVERDE HEREDIA VERONICA	Primera Constituyente 25-70 y GM.	Dualidad	0	0	0	2965-427
NEVADOS TUR	COLCHA AREVALO LIZARDO ENRIQUE	Daniel Leon Borja y Duchicela	Internacional	0	0	0	2942-314
PIER TOURS	RIGUETTO PIETRO	10 de Agosto y España	Internacional	0	0	0	2947-089
PURUHA RAZURKU	TIERRA TIERRA PATRICIA	Av. Sesquicentenario No. 6 M.A.J.	Dualidad	0	0	0	2606-774
RAMATRAVEL	ROLDAN VILLACRES CARLA C.	Daniel Leon Borja y Duchicela	Dualidad	0	0	0	2954-700
RIO TUR TRAVEL	PEREZ ZARATE MARCELO	Veloz 28-35 y Magdalena Dávalos	Internacional	0	0	0	2968-243
SUSTAIN TOURS	BAEZ OVIEDO MARIA DEL CARMEN	Daniel Leon Borja 36-30 y Uruguay	Dualidad	0	0	0	084681544
ANDEAN ADVENTURES	ZAMBRANO TORRES JANNET	Daniel Leon Borja 35-17 y Uruguay	Operadora	0	0	0	2951-389
ANDESSPIRIT	ROMERO JARA JAIME	Duchicela 14-46 y Esmeraldas	Operadora	0	0	0	2963-981

ALTA MONTAÑA	DONOSO YEPEZ RODRIGO	Av. Daniel Leon Borja y Uruguay	Operadora	0	0	0	2942-215
ALTAR CLIMBING	LARA MATA JORGE ING.	Chimborazo 24-11 y Larrea	Operadora	0	0	0	2943-704
ATRIPEAR	FALCONI DAVILA PABLO LUIS	Espejo s/n y Olmedo	Operadora	0	0	0	95724077
CACHA ALLISAMAY	GUALLPA SATAN MARIA ELENA	Barrio Comunidad Machangara	Operadora	0	0	0	2949-730
CARLOS COLCHA	COLCHA AREVALO CARLOS	Daniel Leon Borja y C. Zambrano	Operadora	0	0	0	946-192
CHIMBORAZO BEAUTY	RODRIGUEZ FAUSTO	Cerro Negro, Rancho Tulumanya	Operadora	0	0	0	3025041
CICLO TOUR	BRITO ORTIZ GALO JOSE	1era Constituyente 23-40 y Larrea	Operadora	0	0	0	2941-880
CIRCULO TOURS	FREIRE ANDINO HUGO	Veloz 37-35 y Brasil	Operadora	0	0	0	2947-337
DIAMANTE TOURS	VERA VASQUEZ LUIS ALFONSO	García Moreno y Veloz esq	Operadora	0	0	0	2942-409
ENBOGA TOURS	IBARRA FLORES LORENA	Daniel Leon Borja y Av. La Prensa	Operadora	0	0	0	2955-498
EXPEDICIONES ANDINAS	CRUZ ARELLANO MARCO ANTONIO	Vía Guano Km 3 Sector las Abras	Operadora	0	0	0	2364-278
KEFREN TRAVEL	CALLES ROSA	Av. Lizarzaburu y Saint Amand Monstr	Operadora	0	0	0	2962-662
JULIO VERNE	REYES ALVAREZ WILLIAM	Pasaje El Espectador y Av. D. Leon Borja	Operadora	0	0	0	2963-423
METROPOLITAN TOURING	CALVOPILA ANDRADE DIEGO	Juan de Lavalle y Veloz	Operadora	0	0	0	2969-600
RUMBO TRAVEL	ROBALINO MARIA FERNAN	Daniel Leon Borja y Av. La Prensa	Operadora	0	0	0	2967-918
SALAZAR TOURS	ORTIZ SALAZAR MILTON VLADIMIR	Viena y Varsovia. Cdla. Politecnica	Operadora	0	0	0	2924-303
SOUL TRAIN	INSUASTI MARIA ENMA	Carabobo 22-35 y 10 de Agosto	Operadora	0	0	0	2964-890
TURISTARAPUYA	ALBA P. EDUVIGEN	Primera Const. y Joaquin Chiriboga	Operadora	0	0	0	O97884832
VELOZ CORONADO EXPEDICIONES	VELOZ MATA IVO JAVIER	Chile y Francia	Operadora	0	0	0	2960-916
ALOJAMIENTO							
HOSTAL							
CAMINO REAL	SANTAMARIA CASTRO MAYRA	Av. La Prensa y A. Davalos	Primera	28	42	15	2962-365
CANADA	CABRERA RENDON BERTHA	Av. La Prensa 23-31 y D. Leon Borja	Primera	17	64	6	2946-677
DIANA MARIA	BARRAGAN LOPEZ NORMA	Linea Ferrea 2 y Av. 11 de Noviembre	Primera	16	35	6	2606-227
GLAMOUR	ALTAMIRADO VITERI MERCEDES	Primera Constituyente s/n y Brasil	Primera	21	66	11	2944-406
LA COLINA DE RIO	MUÑOZ SAMANIEGO CARLOS LUIS	11 de Noviembre y Ricardo Descalzi	Primera	12	24	6	2602-789
MANSION SANTA ISABELA	BEN COX	Veloz 28-48 y Magdalena Davalos	Primera	11	26	6	2943-124
MONTECARLO	CISNEROS DE HERRERA ANA MARIA	10 de Agosto 25-41 y García Moreno	Primera	18	34	15	2960-555
RINCON ALEMAN	TORRES ROSA ELENA	Remigio Romero M .H. Cs. 9 Arupos	Primera	12	16	2	2603-540
RIOROMA SUITES	OBREGON ZABALA JULIO ENRIQUE	Cdla. Sultana de Iso Andes, 2 cuadras de la ESPOCH	Primera	23	54	8	2603-555
ACACIAS LA	FIALLOS WILSON	Rio Palora 3 y Santiago	Segunda	20	38	6	2600-790
ALTAR EL	DARQUEA LARREA MARCO POLO	Av. El Altar y Sultana de los Andes	Segunda	15	64	6	2964-872
CENAEST	ABARCA HUILCAREMA GILBERTO	5 de Junio 18-30 y Villarroel	Segunda	14	26	4	2954-603
ESTACION LA	ZABALA ARELLANO LUZ DEL ROCIO	Av Unidad Nacional 29-15 y Carabobo	Segunda	15	45	11	2955-226
HUMBOLTH	LARREA LEON MARIA LUISA	Ave. D L B 35-48 y Uruguay	Segunda	14	56	5	2940-814
MAJESTIC	GUAÑO CHAVEZ LUIS GERARDO	Av. Daniel Leon Borja 43-60 y La 44	Segunda	16	78	4	2968-708
MANANTIAL	CHAFLA GONZALEZ JUAN CARLOS	Carabobo 18-50 y Villarroel	Segunda	12	18	5	2944-596
MASHANY	LLERENA FREIRE EDITH IPATIA	Veloz 4173y Diego Donoso	Segunda	20	57	0	2942-914
ROYALTY	AVILES CALLE RICARDO	Av. Lizarzaburu 51-84 y St. Amand	Segunda	27	136	19	2963-627

		Montrond					
SUSY	CHASIPANTA C. JOSE RAMON	Av. Atahualpa s/n y Calpi	Segunda	15	31	4	096144786
TREN DORADO	INSUASTI DE MANZANO MARIA ENMA	Carabobo 22-35 y 10 de Agosto	Segunda	15	35	10	2964-890
WHYMPER	HOTEL WHYMPER CÍA. LTDA	Miguel Angel León 23-10 y Primera Constituyente	Segunda	20	58	10	2964-575
ALTAR EL	SANCHO HERDOIZA LILIAM	11 de Noviembre y Demetrio Aguilera	Tercera	15	30	6	2604-602
EL ESCONDITE	GUILCAPI OCAÑA SEGUNDO	9 de Octubre s/n y Alvarado	Tercera	12	24	6	2606-471
FLORIDA	BARRAGAN GRANIZO SIMON	Espejo # 70 y Calle Dos. Urbanizacion El Prado	Tercera	12	24	8	2947-101
INTI QUISHA	YAMBAY ALCOCER VICTOR	Espejo 33-66 y Av. Cordovez	Tercera	12	24	6	2966-358
KATAZHO	GALLEGOS GOMEZ HENRY	Venezuela 37-19 y Brasil	Tercera	9	11	6	2965-492
MANANTIAL	ANALUISA ARCOS LIBIO EDWIN	Carabobo 18-50 y Villarroel	Tercera	12	34	4	s/n
PALMAS LAS	VALLE OCAÑA OLGA TARCILA	Epicachima 19-40 y Rey Cacha	Tercera	15	16	8	2948-520
REY DE LOS ANDES	BUENAÑO GUILCAPI WASHINGTON	Av. Lizarzaburu 6 y Camilo Egas	Tercera	14	34	10	2942-679
SAN GABRIEL	SALAS GAVILANES ANGEL GABRIEL	Cordovez 33-68 y Espejo	Tercera	12	24	4	2969-143
SAN VALENTIN	ZUMBA TIMBELA BRIGIDA GLORIA	Circunvalacion 26-30 y Garcia More	Tercera	17	34	6	2943-588
SHALOM	EGAS VILAC ALEX	Daniel Leon Borja 35-48 y Uruguay	Tercera	13	26	6	2940-814
Hostal Residencia							
ALAMOS LOS	SANCHEZ SANCHEZ JUAN ALBERTO	Saint Amand Montrond y Lizarzaburu	Segunda	14	54	0	2967-386
INTI RAYMI	CARDENAS MAZON HECTOR	Uruguay 26-41 y Junin	Segunda	13	48	0	2960-531
IMPERIAL	VINUEZA GODOY EDUARDO	Rocafuerte 22-75 y 10 de Agosto	Segunda	17	42	0	2960-420
ROCIO	PUMAGUALLE JACOME FANNY	Brasil 21-68 y Ave Daniel León Borja	Segunda	0	0	15	2961-848
LOS SHYRIS	SANCHEZ SALAZAR MARIA PAULINA	Rocafuerte 21-60 y 10 de Agosto	Segunda	27	57	0	2960-323
TORRE AZUL	LARA HARO DIEGO MARCELO	Av. Circunvalacion, Parque Industrial	Segunda	7	14	0	s/n
BOLIVAR	ANDRADE VIMOS LUIS OLMEDO	Carabobo 21-26 y Guayaquil	Tercera	15	60	0	2968-324
BRIS SANCHEZ	SANCHEZ VALLEJO HERMENEGILDO	Epiclachima 19-60 y Huayna Falcon	Tercera	13	19	0	2962-493
CHIMBORAZO DE LA ESTACION	SANCHEZ SALAZAR RAMIRO ALBERTO	Unidad Nacional 30-17 y Juan Montalvo	Tercera	24	64	0	s/n
CIUDAD DE RIO	MAZON BARBA FERNANDO	Epicachima 18-80 y Rey Cacha	Tercera	12	23	0	2961-494
CONQUISTADOR EL	MOROCHO TITUAÑA MARIA ESTHER	Lavalle 20-62 y Unidad Nacional	Tercera	12	16	0	2968-867
COLINA DEL SUR	GUEVARA AVALOS HUMBERTO	Antofagasta 14 y San Juan	Tercera	14	28	0	2947-800
COLONIA DEL SUR	ZUÑIGA LOPEZ FELIX OLMEDO	Carabobo 21-62 y 10 de Agosto	Tercera	16	43	0	2966-543
DANUVIO	ANDRADE ANDRADE MARIA LEONOR	Epiclachima18-06 y Princesa Toa	Tercera	20	40	0	2964-699
GIRASOLES LOS	OROZCO VILLACRES DOLORES G.	Bolivar Bonilla s/n y Bagdad	Tercera	8	16	0	2378-720
GALAXYA	OLALLA CHOCA MAGDALENA	Edeberto Bonilla y Oleas Rocafuerte	Tercera	8	22	0	2928-120
GUAYAQUIL	ESTRADA VARGAS GLADYS	Juan Montalvo y Unidad Nacional	Tercera	18	32	0	2964-512
LATINOS	ALLAUCA ALLAUCA LAURA CECILIA	Barrio San Martin de Veranillo, via B.	Tercera	12	24	0	2943-070
LIBERTY	ARCOS ANDRADE IVAN MARCELO	Av. De Los Heroes 33-27 y Francia	Tercera	12	24	0	2951-040
MARBELLA	JARA PEREA GLEN ALFREDO	Orozco 38-20 y Teniente Latus	Tercera	20	54	0	s/n
METROPOLITANO	SANCHEZ VASCO MAYRA ISABEL	Av. Daniel Leon Borja y Lavalle	Tercera	23	91	0	2961-714
MONTERREY	FLORES RIVERA JAVIER	Rey Cacha 44-59 y Epiclachima	Tercera	20	50	0	2962-421

MORELIA	JARA CASTILLO JOSE	Unidad Nacional 32-28	Tercera	17	20	0	2940-845
NEVADOS LOS	CHAVEZ MOSQUERA PILAR	Luis A Costales 24-37 y Ave. Daniel León Borja	Tercera	16	86	0	2960-803
NUEVA VENECIA	SOXO VALLEJO MARCO TULIO	Rocafuerte 21-51 y 10 de Agosto	Tercera	15	60	0	s/n
PUERTAS DEL SOL	TOBAR CALDERON SARA	Cordovez 22-30 y Espejo	Tercera	12	24	0	s/n
RAPIDIN	GARCIA CEVALLOS CESAR	Av. Alausi y Av. 21 de Abril	Tercera	11	22	0	s/n
SARAGURO	PADILLA VILEMA ANGEL	Av. De la Prensa 21 y Santos Leopoldo	Tercera	18	36	0	82922986
SEÑORIAL	PUCUNA MOCHA FELICIANO	Epiclachima 20-44 y Huayna Palcon	Tercera	20	42	0	2968-135
SAN CARLOS	HUILCAPI VALDIVIEZO CARLOS E.	Epiclachima 20-76 y Ave. D L B	Tercera	13	29	0	2968-017
SAN MARINA HUASI	ZUMBA LLANGO MIGUEL	15 de Noviembre 026 y T. Saenz	Tercera	16	32	0	2603-170
Hostería							s/n
ABRAS PUNGO	ABRASPUNGO CIA LTDA	Vía Guano Km 3 Sector las Abras	Primera	32	80	22	2364-031
BAMBU	SANCHO HERDOIZA EDMUNDO	Pedro Vicente Maldonado Km. 2	Primera	14	32	25	2943-408
CESA, CENTRO LA PRIMAVERA	CESA, FUNDACION	Av. Los Shyris, Puente Chibunga	Segunda	24	50	10	2612-549
HOSTROJE	HOSTROJE CIA. LTDA.	Km. 4 y medio, via a Chambo	Primera	47	107	20	2622-201
TORIL EL	ESTRELLA HERRERA MAGDALENA	Vía a Baños Km 1	Primera	33	188	100	2942-057
ROSASPAMBA	SILVA GRANDA MEDARDO ANGEL	Sector Rosaspamba, Lote 3 Quisintol	Primera	6	12	14	2605-040
ROSA DE HOLANDA LA	HENDRIKUS LEENDERT CRAMEN	Barrio Rosas Pamba, via a Chambo	Segunda	10	40	12	s/n
TROJE EL	LEON BAQUERIZO EDUARDO ALBERTO	Vía a Chambo Km 41/2	Primera	47	234	41	2960-826
Hotel							
SAN PEDRO DE RIOBAMBA	LARREA MEJIA LUIS EDUARDO	Av. Daniel Leon Borja 29-50	Lujo	12	31	6	2940-586
CHIMBORAZO INTERNACIONAL	CHIMBORAZO INTERNACIONAL C.A	Los Nogales y Argentinos	Primera	32	118	25	2963-475
CLUB HOTEL ZEUS	CLUB HOTEL S.A.	Daniel Leon Borja 41-29 y Duchicela	Primera	60	200	37	2986-037
CISNE EL	CHAVARREA MUÑOZ JENNY	Av. Daniel Leon Borja y Duchicela	Primera	47	138	25	2964-573
EL MOLINO	DI DONATO YEROVI HECTOR	Duchicela 42-13y Unidad nacional	Primera	40	80	30	2944-962
GALPON EL	MUCARSEL HEREDEROS	Argentinos y Carlos Zambrano	Primera	35	150	15	2960-981
MARQUEZ DE RIO EL	MARQUEZRIO CIA. LTDA.	Av. Lizarzaburu s/n y Coangos	Primera	30	78	20	2601-642
EMPRESA HOTELERA ARGUELLO ALTAMIRANO COSTALES C.A. ZEUS		Daniel Leon Borja 41-29 y Duchicela	Segunda	60	120	12	2968-036
MANABI	VIZUETE CANDO LUIS CLEMENTE	Colón 19-58 y Olmedo	Segunda	30	53	15	2967-967
MANANTIAL	CHAFLA GONZALEZ JUAN CARLOS	Carabobo 18-50 y Villarroel	Segunda	12	18	5	2944-566
LIBERTADOR EL	VASCO ORTIZ BLANCA ANA	Daniel Leon Borja 29-22 y Carabobo	Segunda	30	60	10	2947-393
RIOBAMBA INN	VINUEZA DE SCALZULLI MARIANA	Carabobo 23-20 y Primera Constituyente	Segunda	34	118	9	2961-696
GLAMOUR	ARGUELLO ALTAMIRANO CESAR	Primera Constituyente 37-85 y C. Z.	Tercera	30	60	8	2942-477
LAS PEÑAS	CALI ALLAUCA LUIS GONZALO	Av. Leopoldo Freire y Circunvalacion	Tercera	30	60	30	2944-088
ÑUCA HUASI	ERAZO SAMANIEGO GLEY BETTY	10 de Agosto 28-24 y Magdalena Dávalos	Tercera	32	138	10	2966-669
REAL MADRID	MADRID SALAZAR EFRAIN	Veloz 39-42 y Carlos Zambrano	Tercera	31	47	4	2969718
Pensión							
MONTES DE LA CRUZ	DE LA CRUZ FERNANDEZ PEDRO	Gonzalo Dávalos 37-93 y Teniente Iatus	Primera	6	14	2	2965-380
BUENOS AIRES	VALDIVIEZO CRIOLLO GUIDO	Panamericana Norte. Los Prados	Segunda	11	22	0	

FLORIDA 2	BARRAGAN GRANIZO SIMON	Av. Circunvalacion 10 y Los Andes	Segunda	10	17	0	2947-101
LA GIRALDA	LEMA QUIGUIRI JUAN MANUEL	tnte. Latus 25-08 y Orozco	Tercera	10	20	0	2969-198
LOS GIRASOLES 2	OROZCO VILLACRES GUADALUPE	Circunvalacion s/n y Rocafuerte	Tercera	10	20	0	s/n
PRADERA	SILVA UVIDIA MATILDE	Ave. Los Herores y Gonzalo Dávalos	Tercera	10	20	0	s/n
RINCON DE CASTILLA	HARO PAEZ CAMILO	Pasaje El Espectador y Ave. D L B	Tercera	12	40	10	2940-380
VENECIA	SOXO VALLEJO MARCO TULIO	Magdalena Davalos 20-11 y 10 de Agosto	Tercera	11	32	0	2961-809
Albergue							
COZY HOUSE	VALENCIA OLEAS MA. AUGUSTA	Teofilo Saenz y Alfredo Gallegos	Primera	3	8	4	2606-767
OASIS	NARANJO ARAUJO MARIA TERESA	Veloz 15-32 y Almagro	Segunda	8	16	3	2961-210
Apart Hotel							
HUMBOLDT	DARQUEA LARREA GIOCONDA	L aPrensa 11 y Agustin Davalos	Tercera	6	18	6	2957-009
Motel							
MAGAN X CRISTAL	MARCHAN HEREDIA CRISTIAN	Cuzco s/n y Edelberto Bonilla	Tercera	5	10	0	2378-361
APOLO	GALLARDO QUINGATUÑA MIGUEL A.	Barrio San Antonio del Aeropuerto	Tercera	15	30	0	2966-616
RECREACION Y DIVERSION							
Bar							
CABAÑA CLUB	POMA CASTELO LUIS ALBERTO	Duchicela 22-95	Primera	0	0	20	2965-221
FREEZZE BAR	HEREDIA JIMENEZ MARIA FERNAN	Av. D. Leon Borja 41-77 y Duchicela	Primera	0	0	9	2942-656
VIEJA GUARDIA PUB	GUARDERAS ROJAS PATRICIA	Manuel Elicio Flor 40-43 y Carlos Zambrano	Primera	0	0	11	2940-735
ROMEO Y JULIETA	VIÑAN GUERRERO BYRON	1era constituyente 12-53 y Joaquin Chiriboga	Segunda	0	0	14	2941-256
CLUB HOTEL S.A.	MALDONADO YEPEZ FANNY	Daniel Leon Borja 41-29 y Duchicela	Segunda	0	0	8	2968-037
COCKTAIL	SORIA GUADALUPE WILSON O.	Uruguay 22-42 y Veloz	Segunda	0	0	13	2944-632
ENGLISH PUB	TAMAYO VELASTEGUI RINA	Ave. Daniel I B y Pasaje Espectador	Segunda	0	0	10	2950-753
BLACK & WHITE II	MADRID HECTOR EFRAIN	Veloz 39-38 y Carlos Zambrano	Segunda	0	0	20	2962-400
SAN VALENTIN CLUB	CASTILLO SANTILLAN EDMUNDO	Ave. D L B y Vargas Torres	Segunda	0	0	20	2963-137
SPAZIO	SAMANIEGO VILLACRES DIEGO	Daniel Leon Borja y Miguel A. Leon	Segunda	0	0	10	2604-766
AKA BAR	ANDINO QUINTANA MYRIAM	Daniel Leon Borja 31-40 y Vargas To	Tercera	0	0	8	s/n
AL DIABLO BAR	CABAY ASTUDILLO LUIS ALBERTO	Miguel A. Leon 22-36 y Primera Co.	Tercera	0	0	10	2961-993
AMNESIA	SAMPEDRO MENDOZA VERONICA	Duchicela 22-55 y M. Elicio Flora	Tercera	0	0	10	
AQUELLOS AÑOS BAR	ORTIZ RAMOS FRANCISCO	Los Alamos 2, Leopoldo Ormaza	Tercera	0	0	12	2940-892
BARCA LA	HIDALGO HERNANDEZ HECTOR	Velasco 20-45 y Guayaquil	Tercera	0	0	15	2961-328
BODEGUITA	CHICAIZA CUNALATA WILFRIDO	Vargas Torres 22-10 y D. L. Borja	Tercera	0	0	10	
BOULEVARD 353	MALDONADO PALACIOS GABRIEL	Daniel Leon Borja 35-15 y Di. Ibarra	Tercera	0	0	8	2601-707
BRUJULA LA	OROZCO INCA EDGAR	Av. Unidad Nacional y Sergio Quirola	Tercera	0	0	10	2600-941
CABAÑA LA	ORDÓÑEZ ESTRADA MAGNO	Boyaca 31-13 y Vargas Torres	Tercera	0	0	5	2964-731
CABAÑITA LA	ANGUIETA FUENTES EDISON	Antonio Jose de Sucre . San Antonio	Tercera	0	0	5	
CAPEA LA	CHAFLA MARTINEZ BYRON	Daniel Leon Borja y La 44	Tercera	0	0		2950-422
CASA VIEJA LA	OCAÑA T. ANIBAL FABIAN	Daniel Leon Borja y Psje. El Especta	Tercera	0	0	7	2961-588

CIBUS	REINOSO ESPINOZA PABLO	Lavalle 22-09 y D. Leon Borja	Tercera	0	0	13	2964-922
CLASSIC BAR-RESTAURANTE	RIVAS PEREZ PABLO	Duchicela 21-71 y Av. D. Leon Borja	Tercera	0	0	10	2948-927
COLOSO RESTO BAR	CHAVEZ ROMERO EDGAR ADRIAN	Colon 23-43 y Veloz	Tercera	0	0	6	84246444
COPACABANA	ARRIETA CACERES CARLOS	10 de Agosto 12-73 y Joaquin Chiribogta	Tercera	0	0	10	2948-327
DENIM	VIÑAN GUERRERO BYRON	Daniel Leon Borja, Giralda Plaza	Tercera	0	0	8	98334594
DONDE SIEMPRE	CHIMBOLEMA SATAN MA. FABIOLA	Leopoldo Freire 06-73	Tercera	0	0	8	2628-451
EL RINCON DEL MARIACHI	ARELLANO ORDOÑEZ LUIS	11 DE Noviembre 29-31 y Carabobo	Tercera	0	0	7	s/n
ESTRELLA DEL SUR	ERAZO ROBALINO EDWIN	Celso A. Rodriguez 09-50 y Puruha	Tercera	0	0	10	2968-200
FAVI KARAOKE BAR	ARRIETA CACERES CARLOS	10 de Agosto 09-15 y Eloy Alfaro	Tercera	0	0	8	2948-327
GENS CHOP	MOREJON GUERRON DANIEL	Av. Daniel Leon Borja 21-33 y Duchicela	Tercera	0	0	15	2960-707
GREEN WORLD	HIGUERA JARA WILLIAM	Chile 28-36 y Juan Montalvo	Tercera	0	0	5	2969-724
HAPPY HAPPY	CASTRO MURILLO LUIS	Veloz 35-27 y Uruguay	Tercera	0	0	6	93805451
HUEKA LA	GUAMAN CABAY JORGE	Unidad Nacional y La Prensa	Tercera	0	0		
KARAOKE AMIGO MIO BAR	MORENO DURAN MARCELO	Primera Constituyente y Cuba	Tercera	0	0	8	2941-525
BLACK & WHITE	MADRID HECTOR EFRAIN	Olmedo 18-35 y Velazco	Tercera	0	0	14	2962-400
CLUB HABANA	CARO GARCIA JULIA MELBIS	Ave. Gonzalo Dávalos y Carlos Zambrano	Tercera	0	0	7	s/n
COPACABANA	ARRIETA CACERES EMERSON C.	10 de Agosto 12-73 y Joaquin Chiribogta	Tercera	0	0	9	2948-327
D'KA CHE	CALDERON SONIA MARIA	Puruha 38-18 y Juan Bernardo León	Tercera	0	0	16	2961-698
JHAYRO'S	ORTEGA VEGA JORGE	10 de Agosto 21-73 y Joaquin Chiriboga	Tercera	0	0	8	2944-447
JEDRO'S BAR	REDROBAN PORTALANZA JAIME	10 de Agosto 12-73 y Joaquin Chiribogta	Tercera	0	0	10	2967-792
LA MANSION	VINUEZA CARRASCO MA. LOURDES	Espejo 11-08 y 2 de Agosto	Tercera	0	0	8	
LIBAR	CERVANTEZ VELEZ JUAN JOSE	Venezuela 29-70 y Juan Montalvo	Tercera	0	0	8	2967-476
MAGICNIGHT KARAOKE	MIRANDA CARRILLO MA. CARMEN	21 de Abril y calle Alausi	Tercera	0	0	8	2601-113
MÀRMARA	SANCHEZ ABRIL CRISTIAN	Daniel Leon Borja 36-56 y Brasil	Tercera	0	0		2942-719
MONASTERIO EL	LOMAS BADILLO HECTOR	Orozco 21-32 y 5 de Junio	Tercera	0	0	12	2952-315
MONT BLANC	LEON RUIZ ANA LUCIA	Veloz 10-51 y Puruha	Tercera	0	0	9	s/n
NEW CHELO BAR KARAOKE	DURANGO VALDIVIEZO NORA	Cdla. 15 de Noviembre No 9 Mz. B	Tercera	0	0	9	2933-176
LA K ZONA	VINUEZA TRUJILLO JOHANA	Junin 37-31 y Brasil	Tercera	0	0	10	99585292
LEMELIN SPORT	SAMANIEGO VILLACRES DIEGO	Daniel Leon Borja, Giralda Plaza	Tercera	0	0	10	s/n
LIGHTS BAR KARAOKE	VIÑAN ARIAS FAUSTO	Puruha 21-38 y 10 de Agosto	Tercera	0	0	7	2952-755
NITRO BAR KARAOKE	JARRIN NOLIVOS PAUL	10 de Agosto 13-54 y Loja	Tercera	0	0	8	s/n
PIPAS BACO BAR	FLORES VALENCIA JUAN CARLOS	Daniel Leon Borja 32-20 y Vargas Torres	Tercera	0	0	6	2968-791
P.K.2	ROJAS SUAREZ NANCY	Rocafuerte y Chimborazo	Tercera	0	0	7	2964-853
POUL DISCO BAR D.J.	HUGO PARAMO ANGELICA	Ciudadela del M.O:P. No. 19	Tercera	0	0	7	2601-200
RADICAL BAR KARAOKE	GARZON MIÑANA EDEN	11 de Noviembre 4 y Liarzaburu	Tercera	0	0	14	2463-395
RIO BAR	AYALA ROBALINO RINA	Duchicela 21-91 y Av. Daniel Leon B.	Tercera	0	0	10	
ROKKA LA	INVA VELEZ MARINA	Miguel A. Leon 33-03 y Veloz	Tercera	0	0	6	2968-238
ROSA NEGRA	VILLA PEÑA RODRIGO	Uruguay 24-48 y Veloz	Tercera	0	0	6	2965-035
SABAY BAR KARAOKE	NARVAEZ LAZ CARMEN	Joaquin Chiriboga 22-11 y Guayaquil	Tercera	0	0	5	2947-856

SARAO BAR	RAMOS HIDALGO JORGE	Cuba 32-10 y Mexico	Tercera	0	0	20	2954-189
SEPTIMO CIELO	NUÑEZ LEON FERNANDO	10 de Agosto 14-24 y Morona	Tercera	0	0	8	2948-426
SOLFEO	CHICAIZA ELVIA CELIA	Atahualpa 20 y Calpi	Tercera	0	0	6	2601-852
STEFANY	CEVALLOS CEVALLOS DEISY	Duchicela 22-55 y D. Leon Borja	Tercera	0	0	10	2955-455
108 STREET	BARRENO MORA CARLOS C.	Miguel A. Leon 22-33 y Primera Cons	Tercera	0	0	9	2944-463
TABERNA AZUL LA	PIRAY RODRIGUEZ BRUNO	Urbanizacion Costales Ruiz	Tercera	0	0	10	2947-672
TAURO-S	SANTILLAN LOGROÑO ANGEL	Calle Innominada 21 Cdla. Los tulipanes Mz B	Tercera	0	0	6	s/n
TENTADERO EL	CISNEROS BRITO MAURO	Av. Daniel Leon Borja y Miguel Angel Leon	Tercera	0	0	12	2967-174
TEQUILA BAR	PAVEZ MANCERO MARIA GABRIELA	Francia 22 18 y Daniel Leon Borja	Tercera	0	0	10	94688255
TRANVIA	HERRERA SANCHEZ JOSE E.	Lavalle y Daniel Leon Borja	Tercera	0	0		2603-295
1-2-3- PEÑA BAR	ALMEIDA PATRICIO	Junin 30-17 y Juan Montalvo	Tercera	0	0	12	2968-518
VERTIGO	MACIAS SILVA FABIOLA	Primera Constituyente 31-21	Tercera	0	0	8	2963-873
VIKINGOS	MORENO MORA FERNANDO	Manuel Eliceo Flor 18-22 P. Cori	Tercera	0	0	8	2624-042
ZERO BAR KARAOKE	CASTRO MERINO SILVIA	Miguel Angel Leon Y Primera Cons.	Tercera	0	0	8	
ZONA FUTBOL	PORTALANZA YEROVI RAMON	Lavalle 22-11 y Daniel Leon borja	Tercera	0	0	9	2964-508
ALIMENTOS Y BEBIDAS							
Cafetería							
ABUELA ROSA LA	MORENO ARTEAGA CARLOS	Brasil 15-03 y Esmeraldas	Segunda	0	0	6	2944-450
FORNACE LA	CARRILLO ORTIZ INES	Daniel Leon Borja 30-16 y Juan Mon	Segunda	0	0	10	2954-132
FUENTE LA	RICAURTE MARCHAN ENRIQUETA	1era.Constituyente y Garcia Moreno	Segunda	0	0	6	2960-490
BOM CAFÉ	SALDARRIAGA COCIOS MARCELO	Pichincha 21-37 y 10 de Agosto	Tercera	0	0	9	2961-813
BROTHER'S CAFÉ	MORALES RIVERA DANIEL	Daniel Leon Borja 24-84 y Brasil	Tercera	0	0	11	2982-091
CAFÉ DAVID	CAZAR ROBERT	1era.Constituyente 21-13 y 5 de Junio	Tercera	0	0	5	2969-019
COFFE BLUE	TRUJILLO CHAVEZ XIMENA	Rocafuerte 20-51 y Guayaquil	Tercera	0	0	7	2940-591
DANU	GARZON NARANJO TANIA	Unidad Nacional 37-20 y L.Olimpiadas	Tercera	0	0	8	2942-474
DAVI'S	MERINO SUAREZ MONICA	Veloz 37-74 y Carlos Zambrano	Tercera	0	0	5	2963-753
ESTRELLA VERDE CAFÉ	GALLEGOS AYALA MERCEDES	Manuel Eliceo Flor 40-85	Tercera	0	0	12	s/n
JAMONES LA ANDALUZA	CARDENAS VELASCO LUIS GERONI	Daniel Leon Borja s/n y Uruguay	Tercera	0	0	12	2947-189
JHONNY COFFE	MORENO AGUIRRE CECILIA	Espejo y Primera Constituyente	Tercera	0	0	5	2960-689
KAWA LOUNGE	URQUIZO ALCIBAR MARIA ISABEL	Av. D. Leon Borja 35-54 y Uruguay	Tercera	0	0	8	2962-350
LA ROSA	BAEZ TORRES PAULINA	Primera Cosntituyente 23-35 y Larr	Tercera	0	0	8	2952-728
MEDITERRAN	CEVALLOS ACOSTA DIEGO	Av. Daniel Leon Borja y Brasil	Tercera	0	0	7	2614-200
ORFEO	ORTIZ CAMPAÑA GABRIEL	Primera Constituyente y Garcia Mo.	Tercera	0	0	8	2941-437
PAOLA	MUÑOZ MENESES OLFA	Pichincha 13-29 y Olmedo	Tercera	0	0	14	2963-051
PAULA	VILLALON VILLALOBOS JOSE BENITO	Vargas Torres s/n y Veloz	Tercera	0	0	12	s/n
QUINTA DORADA	TERAN GUANANGA MARIA JOSE	Garcia Moreno y 10 de Agosto	Tercera	0	0	6	2600-283
SABORES DE ITALIA LOS	MENESES TRUJILLO JUAN PATRICIO	Veloz 29-04 y Carabobo	Tercera	0	0	4	2960-317
VIENESA LA	BALANZATEGUI G. ROSALINA	Daniel Leon Borja 35-54 y Uruguay	Tercera	0	0	4	2944-997

VILLA CAFETO	FRANCO GALARRAGA MARITZA	Virgilio Corral 6 y A. Davalos	Tercera	0	0	8	2602-809
VIP EL	OBREGON MAYORGA EDWIN JAVIER	Pichincha 22-39 y 1era Constituyente	Tercera	0	0	7	2969-019
Fuente de Soda							s/n
DOLCE VITA LA	FREIRE ALVAREZ LORENA	Veloz 38-83 y Carlos Zambrano	Primera	0	0	16	2960-058
TUTTO FREEDO	SOCIEDAD DE HECHO	Av. Daniel Leon Borja y M.A. Leon	Primera	0	0	6	2942-968
CEVICHES DE LA RUMIÑAHUI	CABEZAS MOREANO RAMIRO	Diego de Ibarra y Primera Constituy.	Segunda	0	0	16	2947-053
FABI	ARRIETA CACERES EMERSON CARLOS	10 de Agosto 09-15 y Eloy Alfaro	Segunda	0	0	6	2948-327
I'FRATELLI 1	CABRERA ERRAEZ MELBA	Olmedo y Rocafuerte	Segunda	0	0	15	2948-400
FRATELLI 2	CABRERA ERRAEZ NELLY	Primera Constituyente y Colo	Segunda	0	0	10	85038736
FRUTILANDIA	SANTACRUZ GAVILANEZ CARMITA	Av Daniel L Borja 31-14 y La Valle	Segunda	0	0	4	2941-347
MONTE BIANCO	SEM MANUEL FONTANA WITT	Daniel Leon Borja y Brasil	Segunda	0	0	7	
PORTAL EL	CORDERO ORELLANA LOURDES	Guayaquil 21-48 y Espejo	Segunda	0	0	5	2944-431
SWEET KISS IGLU	ORELLANA OVIEDO HUGO GERMAN	Pichincha s/n y Guataquil	Segunda	0	0	9	2967-263
YOUNGURTH PERSA	SOLANO CABRERA RAMIRO	Daniel Leon Borja 45-20 C.C.Puruha	Segunda	0	0	6	2945-650
ALPES LOS	TAMAYO ANGEL MARIA	Espejo 21-63 y 10 de Agosto	Tercera	0	0	8	2969-284
BABIDA DE LOS DIOS	CASTILLO ZAMBRANO MARCELA	Daniel Leon Borja 22-35 y Epicachima	Tercera	0	0	4	2942-050
BELLAVISTA BURGUER	LLANGO VALDIVIEZO EDGAR	Guayaquil 21-10 y Loja	Tercera	0	0	5	2969-691
BLADO S	CABEZAS ROJAS ANGEL	Argentinos 29-53 y Juan Montalvo	Tercera	0	0	6	2960-510
BURGUER TREN	ZAVALA CHIRIBOGA DIEGO	Unidad Nacional 30-19 y Juan Monta	Tercera	0	0	4	2950-624
CALIDO Y FRIO	ORTIZ MARMOL PAULINA	Garcia Moreno 20-30 y Olmedo	Tercera	0	0	4	2961-497
CARBONERO EL	CUMBILLO LUIS HUMBERTO	Juan Monatalvo 30-38 y Nueva York	Tercera	0	0	7	2949-899
CIUDAD BLANCA	ROMERO OBANDO MARIA JOSE	Pichincha 21-22 y 10 de Agosto	Tercera	0	0	14	2951-507
CHEER'S	GONZALEZ MAJI ROSA ELENA	Epicachima 18-36 y Princesa Toa	Tercera	0	0	4	2426-152
CONO PIZZA	GUEVARA CABRERA MARCELO	Daniel Leon Borja y Brasil	Tercera	0	0	3	
CONO PIZZA 2	GUEVARA CABRERA MARCELO	Pichinca 21-56 y 10 de Agosto	Tercera	0	0	3	98745042
COQUE PIZZARIA	JARA OVIEDO MARIA HORTENCIA	Daniel Leon Borja, Giralda Plaza	Tercera	0	0	5	2942-968
CRIS CERVANT	CERVANTES GALLEGOS ALICIA	10 de Agosto 23-59 y Colón	Tercera	0	0	9	2960-051
DELICIA LA	MATORGA AVALOS RODOLFO F.	Colon 21-39 y 10 de Agosto	Tercera	0	0	5	97089665
DON LEE	LOPEZ ROMERO NATIVIDAD	Carabobo 21-40 y 10 de Agosto	Tercera	0	0	6	2941-228
DON MEMO	PALACIOS LOPEZ GUSTAVO	10 de Agosto 935 y Puruha	Tercera	0	0	4	2946-384
FLAMINGO	NAVEDA MONTALVO CARMEN LILIAN	Ave. D L B Y La Prensa	Tercera	0	0	3	2960-456
FRIO DULCE	RAMOS MORETA SEGUNDO	Colon 21-11 y Guayaquil	Tercera	0	0	8	2943-112
FRUTTATO	LOZA TORRES ANA LUCIA	Daniel Leon Borja, Giralda Plaza	Tercera	0	0	5	091480656
FRUTERIA CIUDAD BLANCA	ROMERO OBANDO MARIA JOSE	Daniel Leon Borja 21-22 y Uruguay	Tercera	0	0	6	2960-827
HELADO AMERICANO	SANCHEZ SANCHEZ RENZO VALERIO	Daniel Leon Borja 41-66 y Duchicela	Tercera	0	0	6	2954-439
HUGO'S 2	TORRES LARA MARIA ESPERANZA	5 de Junio y Primera Constituyente	Tercera	0	0	5	s/n
HUGO'S	MURILLO ROSERO HECTOR	Guayaquil 22-53 y Colon	Tercera	0	0	8	2943-130
LA RED	JIMBO GRANDA ROSA MARIA	Magdalena Davalos 22-25 y P.C.	Tercera	0	0	7	2963-599
LEOS	BERMEO GARCIA ELVIA LLEONOR	Av La Prensa Lote 9 y Agustín Dávalos	Tercera	0	0	3	2951-142

LO NUESTRO	CELI VALDIVIESO LORENA	Veloz 39-57 y Carlos Zambrano	Tercera	0	0	4	2960-348
MAHATAN	GUILCAPI CASTELO MARIO	Antonio J. de Sucre 25 y F. Rosales	Tercera	0	0	6	2942-742
MAR Y TIERRA	ANDRADE JORGE EFRAIN	Ayacucho 27-11 y Pichincha	Tercera	0	0	10	s/n
MEMO	PÁLACIOS LOPEZ GUSTAVO	10 de Agosto 10-78 y Cuba	Tercera	0	0	3	2948-294
MICKOS ICE CREAM	OROZCO PARAMO ARGENTINA	Av. Lizarzaburu. 1 cuadra de Texaco	Tercera	0	0	5	2604-255
MONACO	CERDA COBO CARMITA	Giralda Plaza, Av. Daniel Leon Borja	Tercera	0	0	3	s/n
OLAFO #2	MUÑOZ JOSE MIGUEL	Colon s/n y Veloz	Tercera	0	0	6	s/n
PAN LONDRES 3	CABEZAS ANDINO MIGUEL ANGEL	Garcia Moreno 22-46 y 10 de Agosto	Tercera	0	0	6	2953-378
PAOLA II	VILLALON MUÑOZ PAOLA	Los Olivos s/n y Las Palmeras	Tercera	0	0	5	s/n
PAPATROPOLIS	CARRION TORRES MARCO	Miguel Angel Leon 22-18	Tercera	0	0	10	s/n
PATO JUAN	ALEMAN DEL PINO MILTON	Colón 20-11 y Olmedo	Tercera	0	0	6	2961-116
PARIS	HREDIA BARRIONUEVO MARIA ANG	Pichincha 24-18 y Veloz	Tercera	0	0	5	2943-334
PEPE DOG	JARA OVIEDO MARIA HORTENCIA	Daniel Leon Borja, Giralda Plaza	Tercera	0	0	5	2942-968
PINNAS	YEPEZ MERINO TOMAS	Espejo 21-26 10 de Agosto	Tercera	0	0	11	2943-259
PIZZOTA LA	SALAZAR DAVILA SALOME	Venezuela 33-51 y Francia	Tercera	0	0	4	2960410
RANCHO	GAVIDIA MARIÑO JAIME ALBERTO	10 de Agosto 22-11 y Alvarado	Tercera	0	0	6	2951-501
RONDALIA LA	GRIJALVA JARA MARIA TERESA	Velasco 33-37 y Luz Elisa Borja	Tercera	0	0	6	2963-641
SIN NOMBRE	ACOSTA CURAY SEGUNDO JUAN	Leopoldo Freire 07-84 y La Paz	Tercera	0	0	4	s/n
SUKIÑO	LUZURIAGA LARREA LUIS FERNAND	Eloy Alfaro y 10 de Agosto	Tercera	0	0	5	s/n
SWEET KISS	FARES CARRANCO ANGEL	10 de Agosto 28-23 y M. Davalos	Tercera	0	0	7	2960-167
SWITS KFE	SHUILEMA ZUÑA JOSEFINA	Epiclachima 22-30 y D. Leon Borja	Tercera	0	0	6	2945-953
TABLON EL	JARA OVIEDO MARIA HORTENCIA	Daniel Leon Borja, Giralda Plaza	Tercera	0	0	5	2942-968
TEXAS 2	COPO ORTIZ JAVIER	10 de Agosto s/n y Morona	Tercera	0	0	6	2600-296
TIO BILLY	OVIEDO MOREANO MA FERNANDA	Daniel Leon Borja, Giralda Plaza	Tercera	0	0	5	2942-968
TONY S	TORRES NOVILLO RODRIGO	Daniel Leon Borja y Pasaje Municipal	Tercera	0	0	7	2946-132
MAXINN	PAZMIÑO NELSON	Ave. D L B 22-27 y Duchicela	Tercera	0	0	5	s/n
MUNDO RICO	LAYEDRA LUNA JENNY	Ave. D L B y Vargas Torres	Tercera	0	0	3	2964-203
VERDE LIMON	COSTALES COKA JESSICA	5 de Junio y 10 de Agosto	Tercera	0	0	6	2945-666
Restaurante							
DELIRIO EL	AVILES PAZMIÑO MARIA AURORA	Primera Constituyente y Rocafuerte	Primera	0	0	15	2966-441
L' INCONTRO	CHAFLA GONZALEZ SONIA	Av. Lizarzaburu, frente Aeropuerto	Primera	0	0	12	2607-901
MESON SAN JORGE	RAMOS HIDALGO JORGE	Cuba 32-10 y Mexico	Primera	0	0	14	2964-188
RAYUELA LA	BAEZ OVIEDO CAROLINA	Daniel Leon Borja 36-30 y Uruguay	Primera	0	0	12	2968-237
VIEJA GUARDIA PUB	GUARDERAS ROJAS PATRICIA	Manuel Eliceo Flor y C. Zambrano	Primera	0	0	11	2940-735
ABADIA LA	VALDIVIESO PERALTA MA. LILIA	Sector Las Abras km. 3 ½	Segunda	0	0	12	2364-376
AVE MARIA GOURMET FACTORY	RODRIGUEZ NUÑEZ GUADALUPE	5 de Junio 21-46 y 10 de Agosto	Segundo	0	0	10	2969-292
BAJA SARDINEA	RODRIGUEZ AREVALO MARIO	Juan Bernardo de León y Almagro	Segunda	0	0	8	s/n
BIBLIA LA	MURILLO LARREA BERTHA	Barrio Bellavista	Segunda	0	0	12	s/n
BONNY	GONZALEZ VELASQUEZ HECTOR B.	Villaroel 15-58 y Almagro	Segunda	0	0	16	2964-426

BONNY 2	GONZALES VELASQUEZ HECTOR	Primera Constituyente y Darquea	Segunda	0	0	12	2966-460
CEBICHES DE LA RUMIÑAHUI LOS 2	CABEZAS MOREANO RAMIRO	El Paseo Shopping Riobamba	Segunda	0	0	10	s/n
COMIDAS DE VICTOR	XENEIZE SOCIEDAD ANONIMA	El Paseo Shopping Riobamba	Segunda	0	0	6	
CUY PARTIDO EL	PALACIOS ZAMORA JULIO	Espejo y Villaroel	Segunda	0	0	8	s/n
CHILI'S	CORPORACION EL ROSADO S.A.	El Paseo Shopping Riobamba	Segunda	0	0	40	2310014
CLUB HOTEL	CLUB HOTEL S.A.	Daniel Leon Borja 41-29 y Duchicela	Segunda	0	0	8	2968-037
D' FELIPE	CORDERO ORTIZ FELIPE	Primera Constituyente y Brasil	Segunda	0	0	5	2951-788
D'MANUEL	BUENAÑO URQUIZO LILIAN	Panamericana Norte 9 y Rio Guaylla	Segunda	0	0	10	2603-143
DON PATO	LOPEZ ROMERO SOCORRO	Carabobo 21-40 y 10 de Agosto	Segunda	0	0	10	2940-978
FARAON EL	ARIAS CALERO RAMSES	Daniel Leon Borja y La 44	Segunda	0	0	10	2963-485
FOGON DEL PUENTE	GONZALEZ MOREANO FABRIZIO	Duchicela 22-55 y Daniel Leon Borja	Segunda	0	0	9	2960-948
FRAGATA LA	OÑATE LEIVA ANA PATRICIA	Los Tulipanes Mz. E · 10. Av.M.Reyes	Segunda	0	0	9	2950-698
GUS	DOELDOS CIA. LTDA.	10 de Agosto 20-13 y Tarqui	Segunda	0	0	12	s/n
K. F. C.	INT. FOOD SERVICES CORP.	Av. Daniel Leon Borja y Epiclachim	Segunda	0	0	20	2964-376
LA JOYA	PARRA HERNANDEZ MYRIAM	Chile 17-41 y Benalcazar	Segunda	0	0	12	2944-359
LOQUM	ESPINOZA CARDENAS LORENA	Calicuchima 20-22 y Princesa Toa	Segunda	0	0	20	2948-808
MENESTRAS DEL NEGRO	TELLO NUÑEZ FRANKLIN	El Paseo Shopping Riobamba	Segunda	0	0	10	
MIRAGE CLUB	MIÑO CANTOS ALEJANDRA	Condorazo 17-58 y Av. Unidad Nacio	Segunda	0	0	8	2606-266
PARRILLADAS DE FAUSTO LA	VELOZ AVEDAÑO FAUSTO OLIVERIO	Uruguay 38-50 y Luis Alberto Falconi	Segunda	0	0	16	2967786
POLLO EJECUTIVO 3	MONTENEGRO SALGADO SERVIO	Daniel Leon Borja y Luis A. Falconi	Segunda	0	0	8	2963-886
POLLOS GUS	POLLOS GUS CIA LTDA	10 de Agosto y Tarqui	Segunda	0	0	18	963-504
RINCON EUROPEO	ESPINOZA RODAS SEGUNDO	Duchicela 21-14 y Daniel Leon Borja	Segunda	0	0	10	2944-649
SERVICE GONZALEZ-MORA A.G.M.	GONZALEZ ORDOÑEZ ANTONIO	Eduardo Kingman No.1 y A. Gilbert	Segunda	0	0	6	2606-573
SIERRA NEVADA	MUÑOZ JARAMILLO MARTHA	Primera Constituyente y Rocafuerte	Segunda	0	0	8	2951-542
TABLITAS LAS	ADD JIHAD	García Moreno 21-35 y 10 de Agosto	Segunda	0	0	12	2949-887
TAMBO DE ORO	LEDESMA JARAMILLO LAURA LIVINA	Carlos Zambrano 27-20 y Ayacucho	Segunda	0	0	12	2962-668
T..Q..	MANCHENO PINO DANIELA	Veloz y Sauces	Segunda	0	0	9	2940-991
VENECIA	PINO RODAS MONICA	Lavalle 33-19 y 1era. Constituyente	Segunda	0	0	8	2961-935
TABERNA BONANZA	MUÑOZ JOSE MIGUEL	Av. Daniel Leon Borja 42-49 y Duchicela	Segunda	0	0	12	2943570
AL CAPRICCIO	SALAZAR ABRIL EDUARDO	Los Sauces s/n y Veloz	Tercera	0	0	8	98105758
AMELITA	VITERI SALAZAR JUAN FERNANDO	Nueva >York s/n y Cmte. Jimenez	Tercera	0	0	12	2961-932
ANDY & LUIS	ESPINOZA RODAS LEONIDAS	Duchicela 21-14 y Daniel Leon Borja	Tercera	0	0	10	2964-256
ASADERO DON ALBERT	PAGUAY GUEVARA JIMMY	Daniel Leon Borja 35-10 y D. Ibarra	Tercera	0	0	10	
BELLA DONA PIZZERIA	BRAVO MONTES MARIA LEONOR	Espejo 23-53 y Veloz	Tercera	0	0	6	2967-268
BETHANIA	RIOFRIO VALLEJO PILAR	Agustin Cueva 61 y Demetrio Aguilera	Tercera	0	0	8	83117501
BRISA MARINA 1	HERNANDEZ CESEN MARIA AUXIL.	España 10-95 y 12 de Octubre	Tercera	0	0	12	2962-833
BRISA MARINA JR.	CARRILLO HERNANDEZ JORGE	Nueva York y Juan Montalvo	Tercera	0	0	10	2944-487
BRISA MARINA III	CARRILLO MALDONADO JORGE	Colombia 19-05 y Velasco	Tercera	0	0	13	2969-144

BUON GIORNO	GODOY GUEVARA CARLOS	Brasil 22-22 y Daniel Leon Borja	Tercera	0	0	10	
CAMBAHUASI	CARRILLO MALDONADO LUIS	Av Circunvalación s/n y Jerusalén	Tercera	0	0	7	964-471
CANGREJO ROJO	LI GONG BIN	Av. Daniel Leon Borja y Duchicela	Tercera	0	0	11	2961-846
CARBONERO EL	CABASCANGO GUERRERO SANDRA	Cnonigo Ramos 9 y Av. La Prensa	Tercera	0	0	9	2965-268
CARMEN NELLY	LANDAZURI GONZALEZ NELLY	Monseñor Leonidas Proaño 249	Tercera	0	0	6	084597111
CASA CHINA	LEE LOW KONG	AV. Daniel Leon Borja y Carabobo	Tercera	0	0	9	967-783
CASA DE LA COMADRE LA	CUJI HARO CARMEN	Av. Lizarzaburu y Teofilo Saenz	Tercera	0	0	7	
CACHARERO EL	RODRIGUEZ NUÑEZ GUADALUPE	5 de Junio 21-46 y 10 de Agosto	Tercera	0	0	15	2969-292
CHARLIE 'S	RIVADENEIRA ESPINOZA LUIS	García Moreno y 10 de Agosto	Tercera	0	0	5	968-231
CHEER-S	MOYANO SANCHEZ ROSA AURORA	Epiclachim 18-36 y Rey Cacha	Tercera	0	0	6	s/n
CHEZ SIMON	DAVALOS CANELOS SIMON	Barrio San Antonio, Lote 1	Tercera	0	0	8	2947-521
CHIFA ASIA	MENG TING LILI	Av. D. Leon Borja 41-81 y Duchicela	Tercera	0	0	9	2961-846
CHIFA CISNE	XIA FUDE	Diego de Ibarra y D. Leon Borja	Tercera	0	0	10	s/n
CHIFA CHINA	LAO CHOW SIO IONG	Daniel Leon Borja 43-39 y la 44	Tercera	0	0	14	2962-993
CHIFA DOBLE FELIZ	WEI LI	Carabobo 21-14 y Guayaquil	Tercera	0	0	6	2961-285
CHIFA JOYSING	DEQIANG LIN	Unidad Nacional y Carabobo	Tercera	0	0	13	2964-026
CHIFA NUEVA JING JING	HU HAI YANG	Miguel Angel Leon 22-36 y Prim. Cons	Tercera	0	0	8	s/n
CHIFA PAK KAO	CRUZ DIAZ EDUARDO	García Moreno 21-17 y Guayaquil	Tercera	0	0	8	2964-270
CHIFA PEKIN	CHEN JIEXIN	Daniel Leon Borja40-52 y C. Zambrano	Tercera	0	0	10	2960-828
CHIFA SHENG YUAN	XIU QUING WU	Unidad Nacional 30-23 y Juan Montalvo	Tercera	0	0	9	2949-221
CHIFA YANG	MINAYA BARREROS EDWIN	Av. La Prensa 45-29 y D. Leon Bor	Tercera	0	0	5	s/n
COMEDOR DON PEDRO	SARANGO VASQUEZ PEDRO	Av. Pedro Vicente Maldonado, Epoch	Tercera	0	0	6	
CONTINENTAL MARISQUERIA	ORELLANA MOLINA J. FERNANDO	Olmedo s/n y García Moreno	Tercera	0	0	8	s/n
COSTA AZUL	VALDIVIESO S. ANA LUCIA	Lizarzaburu y 11 de Noviembre	Tercera	0	0	6	s/n
COSTILLITAS B.B.Q.	SANCHEZ ALTAMIRANO ERIKA	Los Alamos 2, Canonigo Ramos 9	Tercera	0	0	9	2607-131
CUCHARA DE PALO	SOLORZANO HIDALGO ERMITA	Esmeraldas 22-30 y Colon	Tercera	0	0	10	2964-576
DANNY	LUNA RODRIGUEZ MONICA	Guayaquil 28-59 y Carabobo	Tercera	0	0	8	2960-667
DE RENATO PIZZERIA	GUEVARA GUEVARA RENE A.	Espejo s/n y Veloz	Tercera	0	0	6	968-791
D' BAGGIO	FLORES CONDOR JORGE W.	Av. Daniel Leon Borja 35-24	Tercera	0	0	8	98130378
DON GUILLO LAS MENESTRAS	PALACIOS LOPEZ GUSTAVO	10 de Agosto 953 y Puruha	Tercera	0	0	4	2948-294
DON PANCHO	SALAZAR ANGULO FRANCISCO	Alfonso Chavez No. 10, via a Baños	Tercera	0	0	4	2370-305
DON WASHINGTON	MINAYA BARREROS EDWIN	Epicachima 20-50 y Daniel Leon B.	Tercera	0	0	6	99447778
DON TON	FREIRE CHAVEZ HERNAN	Palmeras 1 y Junin	Tercera	0	0	15	2963-188
DOÑA LUCHITA	RAMOS LUIS	Colón y Guayaquil (pasaje Río Centro)	Tercera	0	0	8	s/n
DRAGON EL	DONOSO NARCISA	Comandante Jimenez 30-30 y New York	Tercera	0	0	7	s/n
DUE AMICI	MUÑOZ FONSECA PABLO	Daniel Leon Borja 39-82 y C. Zambra	Tercera	0	0	16	2601-036
EDUS	CANDO JORGE	Los Sauces 23-60 y Veloz	Tercera	0	0	7	088769641
EL PEDREGAL	SHUGULI ZAMBRANO FAUSTO	Las Abras Km. 3 ½	Tercera	0	0	17	2364-090
EL JEKE	ANDINO MONTALVO TERESA	Colon 17-12 y Carabobo	Tercera	0	0	12	2960-352
EL PALACIO DEL MARISCO	MONTENEGRO BONILLA MARCELO	Orozco 30-77 y Lavalle	Tercera	0	0	6	s/n
EL VIENTO DEL OESTE	MACAS GUSQUI LUZ	Venezuela 28-67 y Rocafuerte	Tercera	0	0	6	s/n

EJECUTIVO # 2	MONTENEGRO SALGADO SERVIO	Carabobo y Guayaquil	Tercera	0	0	8	967-429
EMPERADOR BROASTER	SALAS RUEDA BOLIVAR	Primera Constituyente 23-13	Tercera	0	0	8	2604-853
EMPERADOR BROASTER 2	SALAS RUEDA BOLIVAR	Eloy Alfaro y Leopoldo Freire	Tercera	0	0	8	2604-836
ENCEBOLLADOS DEL NORTE	LOZANO CUTIUPALA FLOR	Av. Lizarzaburu 10 Mz. F	Tercera	0	0	6	s/n
ESTANCIA LA	ARELLANO BARRIGA BEATRIZ	Diego de Ibarra 22-50 y D. Leon B.	Tercera	0	0	10	2950-625
FAMILIAR	GUZMAN VERA EDGAR	Av. Lizarzaburu s/n H. Andino	Tercera	0	0	5	85133391
FARAOON EL	ALBUJA MERA BLANCA EMERTA	Daniel Leon Borja y La 44	Tercera	0	0	10	s/n
FIRENZZE LA	MANOBANDA TOALOMBO NOE	Duchicela 21-51 y Daniel Leon Borja	Tercera	0	0	10	
FOGON SPORT	GONZALEZ MOREANO FABRIZIO	Daniel Leon Borja. Giralda Plaza	Tercera	0	0	12	98779834
FRUTINI	ZARUMA VILLICOTA BLANCA	Huayna pPalcon 44-51 y Epicachima	Tercera	0	0	5	O91062315
GABY	VALLEJO VALDIVIEZO MARCIA	Unidad Nacional s/n y Av. La Prensa	Tercera	0	0	6	s/n
GAVIOTA	HEREDIA RIVERA CESAR	Larrea 16-40 y Villarroel	Tercera	0	0	7	2960-231
GRAFITI'S EL	BURBANO MILBER	10 de Agosto y García Moreno	Tercera	0	0	7	s/n
GRAN HAVANA LA	GONZALEZ OLEAS MARCIA	Daniel Leon Borja s/n y Duchicela	Tercera	0	0	6	s/n
HAPPY POLLO	ANDA DOMINGUEZ MARTHA A.	Guayaquil 23-57 y Larrea	Tercera	0	0	11	962-638
HAPPY POLLO 2	BORJA SILVA MARCELA	Av. Daniel Leon Borja 34-14 y D. Ibar	Tercera	0	0	11	s/n
HIEDRAS LAS	BODERO POVEDA MARIA AMPARO	Daniel Leon Borja 42-52 y Duchicela	Tercera	0	0	12	2967-832
ILL CAPPUCCINO	QUARTAROLI MATTEO	Daniel Leon Borja y Carlos Zambrano	Tercera	0	0	12	947-188
ISABEL—LA	MAYORGA ILVIS BYRON	15 de Noviembre 026 y T. Saenz	Tercera	0	0	6	2606-676
ISLA LA	RADICELLI GARCIA CIRO DIEGO	10 de Agosto 26-41 y Mag. Davalos	Tercera	0	0	12	s/n
ISRAEL	NINABANDA ARELLANO JAIME	Lavalle s/n y Veloz	Tercera	0	0	7	s/n
JOYSING CHIFA	LAO CHOW SIO LONG	Unidad Nacional y Carobobo	Tercera	0	0	10	2961-285
LA BRASA COLONIAL	CANDO CARRILLO ERLINDA	10 de Agosto 20-44 y 5 de Junio	Tercera	0	0	7	2961-981
LA ESFINGE	ARIAS CALERO RAMSES	Daniel Leon Borja 43-40 y La 44	Tercera	0	0	8	2963-488
LA PLANCHA	LIU GUO XING	Daniel Leon Borja 42-25 y Duchicela	Tercera	0	0	10	s/n
LA MOCCA, Y .	MIÑO HERRERA FANNY	Antonio Jose de Sucre Mz. C, casa 2	Tercera	0	0	12	2944-512
LA TOSCANA	GARCIA TOSCANO PATRICIA	Manuel Eliceo Flor y Jacinto Gonzalez	Tercera	0	0	10	s/n
LENTEJITAS	ANCHATUÑA QUIISHPI MARIANA	Venezuela 27-78 y Rocafuerte	Tercera	0	0	12	966-539
LEÑOS Y CARBON	ZABALA SANTILLAN SEGUNDO	Daniel Leon Borja 40-26 y C.Z.	Tercera	0	0	6	2960-655
LINCE EL	TOAPANTA PEREZ MARTHA A.	Daniel Leon Borja y Lavalle	Tercera	0	0	15	954-132
LUIGGI	YANCHALIKUIN ESPINOZA LUIS	Reina Pacha 42-20 y C. Zambrano	Tercera	0	0	8	
MAC POLLO	ZURITA VEINTIMILLA MONICA	España 20-62 y Guayaquil	Tercera	0	0	10	s/n
MAR DE ORO	CHEN CUI ZHEN	Daniel Leon Borja 44-10 y C. Zambrano	Tercera	0	0	12	2969-135
MARIA DIOCELINA	BARRENO BENAVIDES YOLANDA	Av. La Prensa s/n y Jose M. Bander	Tercera	0	0	12	O92066600
MARIA HELENA	RODAS VILLASELOR MARIA HELENA	Brasil 20-25 y Luis A. Falconi	Tercera	0	0	4	2966-988
MARCELO'S	ARMAS MARCELO	García Moreno y Veloz	Tercera	0	0	7	2944-192
MARISQUERIA CONTINENTAL	ORELLANA MOLINA J. FERNANDO	Olmedo y García Moreno	Tercera	0	0	7	s/n
MARISQUERIA DELICIAS DEL MAR	ESPINOZA VILLACRES MARTHA	AV. Daniel Leon Borja 42-51 y Autachi	Tercera	0	0	10	940-855
MI POLLAZO	ACOSTA CURAY SEGUNDO JUAN	Antonio de Sucre s/n y Circunvalacion	Tercera	0	0	8	s/n
MOMENTUM	PONCE RUIZ VICTORIA	Duchicela 17-86 y princesa toa	Tercera	0	0	12	2962-361

MONACO	CERDA COBO CARMITA	Av. De Los Herores y Gonzalo Dav.	Tercera	0	0	12	2947-342
MONREAL	MANZANO CEPEDA SUSANA	Av. La Prensa 13 y Veloz	Tercera	0	0	8	2967-438
MONTEZUMA	LEMA CARPIO FRANCISCO	Juan Montalvo 29-63 y Argentinos	Tercera	0	0	6	2968-188
MOLINOS CHICKEN LOS	HEREDIA FUENMAYOR MONSERRATH	Colon 20-10 y Olmedo	Tercera	0	0	8	2960-231
MISTER GUS	SUAREZ BENALCAZAR JOSE	Rocafuerte 27-43 y Ayacucho	Tercera	0	0	8	2953-866
NARANJO'S	NARANJO BAEZ CONSUELO	Daniel Leon Borja 36-20 y Uruguay	Tercera	0	0	8	2960-622
ORALE ANTOJITOS MEXICANOS	MEJIA CALLE CARMEN CECILIA	10 de Agosto 15-15 y Morona	Tercera	0	0	6	2962-495
PANAMERICANO	PAREDES BERRONES HIPATIA	Av. Pedro V. Maldonado y J. Romual	Tercera	0	0	12	s/n
PAPA GEORGE	COROZO AYОВI JORGE	Luis A. Falconi 37-69 y Alfredo Costales	Tercera	0	0	7	2966-708
PAPILLON	VELASTEGUI MAZON JOHN F.	Guayaquil 22-56 y Colon	Tercera	0	0	8	2949-796
PAOLA III	VILLALON MUÑOZ PAOLA	Vargas Torres 23-24 y Veloz	Tercera	0	0	8	2950-555
PARADERO AMERICANO	ROMERO DE PILCO LUISA	Panamericana Norte Km21/2	Tercera	0	0	20	2942-125
PARRILLADA DE VIOLETA	SALAS GLORIA VIOLETA	Reina Pacha 42-16 y C. Zambrano	Tercera	0	0	12	2942-962
PARRILLAS DEL ABUELO LAS	CHITO PASTO JHON NELSON	Daniel Leon Borja 32-20 y M.A.Leon	Tercera	0	0	12	s/n
PARRILLADAS DE LA COLON	MAIGUALEMA M. ANGEL	Canonigo Ramos 18 y J. Chiriboga	Tercera	0	0	7	2603-449
PARRILLERITO	GARCES SEGUNDO LUIS	Manuela Saenz y La Calera	Tercera	0	0	10	2600-847
PICANTERIA ANITA	GUAMAN GUAMAN MARTHA ELENA	Uruguay 17-23 y Colombia	Tercera	0	0	12	2946-043
PINCHO AMERICANO EL	ROMERO SANCHEZ LUISA M.	Av. Lizarzaburu s/n y Aeropuerto	Tercera	0	0	12	2603-328
PIZZERIA DE PAOLO II	TORRES MATOVELLE PABLO	Veloz 37-20 y Brasil	Tercera	0	0	5	87478763
PIZZERIA DE PAOLO LA	TORRES MATOVELLE SUSANA	Lavalle 22-36 y Primera Constituyente	Tercera	0	0	6	2963-999
POLLIASTRO RICO	REINOSO GUALOTO MACLOVIA	Panamericana Sur Km. 3 ½	Tercera	0	0	6	2600-938
POLLO PAPIO'S	COSTALES VEINTIMILLA NELLY	Giralda Plaza, Av. Daniel Leon Borja	Tercera	0	0	6	s/n
POLLO PAPIO'S 2	COSTALES VEINTIMILLA NELLY	Av. Leopoldo Freire y Circunvalacion	Tercera	0	0	6	2628-526
POLLO PAPIO'S 3	COSTALES VEINTIMILLA NELLY	Av. Lizarzaburu y 11 de Noviembre	Tercera	0	0	6	
POLLO EJECUTIVO # 1	ALBAN AVEDAÑO MONICA	Guayaquil y Larrea	Tercera	0	0	12	2965-323
POLLO EJECUTIVO 3	MONTENEGRO SALGADO SERVIO	Daniel Leon Borja 39-10 y Luis A. Fal	Tercera	0	0	8	2963-886
POLLO ESJECUTIVO 4	ANDRADE JOSE POLONIO	Eloy Alfaro y 10 de Agosto	Tercera	0	0	6	s/n
POLLO EJECUTIVO 5	MONTENEGRO SALGADO SERVIO	Av. Cordovez 22-50 y Colon	Tercera	0	0	8	2951-047
POLLO EJECUTIVO 7	ALBAN PESANTEZ OSWALDO	Av. La Prensa 22-31 y Daniel Leon Bor	Tercera	0	0	8	2604-812
POLLO GUS 2	FLORES YANEZ EMEGIDIO	Daniel Leon Borja 36-49 y Brasil	Tercera	0	0	23	2963-504
POLLO KOKO LOKO	BUÑAY ALDAS JUAN CARLOS	Olmedo 28-57 y Carabobo	Tercera	0	0	8	946-628
POLLO LOCO	PEREZ ESTRELLA TANIA LUCIA	Nurva York y Juan Montalvo	Tercera	0	0	5	s/n
POLLO PICO LOCO	BUÑAY ALDAS FRANKLIN MANUEL	Olmedo 28-09 y Rocafuerte	Tercera	0	0	9	952-415
POLLO PICO LOCO 2	BUÑAY ALDAS GUSTAVO	Daniel Leon Borja y Diego de Ibarra	Tercera	0	0	6	2968-147
POLLOS FAVI	ISUASTI ROSARIO	10 de Agosto y Magdalena Dávalos	Tercera	0	0	8	969-431
POLLOS STAV	OROZCO WASHINGTON	Daniel Leon Borja y Duchicela	Tercera	0	0	10	
PORTON DORADO	PAZMIÑO PAVON Yael INES	Diego de Ibarra 22-50 y D.L.B.	Tercera	0	0	8	2967-382
POSADA LA	MALDONADO ALVAREZ LUIS ANIBAL	Bolivia 15-99 y Esmeraldas	Tercera	0	0	10	963-160
PUERTO AZUL	GARCES HUARACA NORMA	Carabobo 23-50 y Veloz	Tercera	0	0	8	
Q'LANTRO	RICAURTE YEPEZ ROSA MARIA	Argentinos 26-38 y Garcia Moreno	Tercera	0	0	8	2964-059
QUENN'S	VELETANGA NARANJO JAIME	Av. De la Prensa 221 y A. Davalos	Tercera	0	0	7	2953-045

RESBALON EL	TORRES MAZABANDA GLORIA	Veloz 31-38 y Vargas Torres	Tercera	O	O	10	968-122
REY DEL BURRITO EL	VALDIVIEZO ARTEAGA LILIANA	AV. Daniel Leon Borja 38-36 y L.A.Falconi	Tercera	0	0	8	967-046
REY EL	VALDIVIEZO GUEVARA LUIS MARIO	Miguel A. Leon y Ayacucho	Tercera	0	0	10	s/n
RINCON CHILENITO	SIGUENCIA HIPATIA	Veloz 28-24 y Magdalena Davalos	Tercera	0	0	10	2967-734
RINCON QUITEÑO	PAZMIÑO GRIMANESA	Tarqui 23-56 y 1era. Constituyente	Tercera	0	0	6	s/n
RIOBAMBA INN	VINUEZA GODOY OLGA	Carabobo 23-10 y Primera Constituy	Tercera	0	0	10	2961-696
ROSITA	BERNAL BARZALLO ROSITA	Barrio Georgina S.L.C. No. 8	Tercera	0	0	6	2962-173
SABOR DEL CHEF EL	VILEMA PADILLA MA' LUCRECIA	Mayor Ruiz 31-41 y Av. Los Heroes	Tercera	0	0	10	s/n
SANFU	GUI HUI HUANG	Av. La Prensa 23-36 y D. Leon Borja	Tercera	0	0	7	86477716
SAN JOSE	OROZO OLEAS MARIA G.	Barrio San Jose del Chibunga	Tercera	0	0	10	2945-055
SAN NICOLAS	GUITIERREZ GRANIZO JUAN CARLOS	Espejo 24-18 y Orozco	Tercera	0	0	8	88737657
SOFFI-S	VISTIN GUILCAPI VERONICA	Monseñor Leonidas Proaño 17 y Araucano	Tercera	0	0	6	601-408
SANTA FAZ	URQUIZO HERNANDEZ NELY	Epiclachima 20-68 y Daniel León Borja	Tercera	0	0	10	948-560
TEXAS ASADERO	ORTIZ BAYAS MISAEL ANIBAL	Jose Lizarzaburu, Panamericana Norte	Tercera	0	0	10	965-617
T-BONE	YANEZ NUÑEZ XIMENA	Giralda Plaza, Av. Daniel Leon Borja	Tercera	0	0	10	2944-578
THE GOURMET	LEON CHIRIBOGA PATRICIA A.	Demetrio Aguilera 55-45 y Pio XII	Tercera	0	0	7	2603-199
THE GRANT	WU JIAN	Daniel Leon Borja 38-36 y C.Zambra	Tercera	0	0	10	2963-887
TIERRA VERDE	VICUÑA MUÑOZ MARTHA	Mexico 29-48 y Juan Montalvo	Tercera	0	0	9	2364-478
TRANVIA	HERRERA SANCHEZ JOSE E.	Lavalle y Daniel Leon Borja	Tercera	0	0	6	2603-295
VACA MARINA LA	SILVA SANCHEZ CARMEN	10 de Agosto y Morona	Tercera	0	0	6	2962-585
VANESITA	CEVALLOS GLORIA DEL PILAR	Unidad Nacional (estación del tren)	Tercera	0	0	8	s/n
VIRGEN DEL CISNE	CORTES CONSTANTE MARIA VIVIA.	La Prensa 19 y Olivos	Tercera	0	0	6	2950-119
ZONA FUTBOL	PORTALANZA YEROVI RAMON	Lavalle 22-11 y Daniel Leon borja	Tercera	0	0	9	O99946481
ALAS DORADAS	QUINALUISA ROBALINO ROSA O.	Lavalle s/n y Villaruel	Cuarta	0	0	3	s/n
ASADERO DON PANCHO	SANUNGA SILVA LORENA	Av. La Prensa y Pedro V. Maldonado	Cuarta	0	0	6	s/n
ASADERO GRAN COLOMBIANO	CEDANO SANCHEZ RUBEN	Unidad Nacional 39-03 y Chile	Cuarta	0	0	6	2942-668
ATOMIUM	SILVA GRANIZO HUGO	Carlos Zambrano 23-56 y Veloz	Cuarta	0	0	8	2947-985
ASADERO VILLA MARIA	PIÑAS BONIFAZ NELLY	Veloz 12-81 y Joaquin Chiriboga	Cuarta	0	0	6	s/n
AUTENTICO SABOR EL	PADILLA C. VICTOR LUIS	Epiclachima s/n y Huayna palcon	Cuarta	0	0	6	2603-832
ALEXANDRA	VINUEZA VALLE NANCY EULALIA	Epiclachima 19-40y Rey Cacha	Cuarta	0	0	5	s/n
ANITA	CHUNIR CHACHA ROSA ANITA	Luz Elisa Borja 32-35 y Espejo	Cuarta	0	0	4	s/n
ASADERO RIOBAMBEÑITO	ORTIZ BAYAS JESUS AMADO	10 de Agosto y Almagro	Cuarta	0	0	6	s/n
AVIBROS EL SABOR DEL ÉXITO	ALVAREZ OVIEDO LOLA	Guayaquil 23-45 y Larrea	Cuarta	0	0	10	2951-366
BARTO'K	PACHECO SANUNGA MANUEL	Huaynapalcon 44-52 y Epiclachima	Cuarta	0	0	6	2604-573
BARRIO NUEVO	MACAS MACAS LUIS ALBERTO	Juan Montalvo 33-31 y L.E. Borja	Cuarta	0	0	10	2964-703
BRISA Y MAR	MARTINEZ ELBAY MERCEDES B.	Veloz y la 44	Cuarta	0	0	6	2962-680
CALIPZO	LALAMA ENRIQUEZ BEATRIZ	Primera Constituyente 13-56 y Loja	Cuarta	0	0	6	2965-547
CARRETA LA	VINUEZA LOPEZ EDUARDO	Epiclachima 03 y Veloz	Cuarta	0	0	10	2944-866
CARNES LATINAS	SALAZAR VALLEJO MARIO	Colombia 26-16 y Garcia Moreno	Cuarta	0	0	6	s/n
CASA BLANCA	PILCO PUMAGUALLI CLARA M.	Ave. La Prensa NO 10 Calle E	Cuarta	0	0	8	2947-334
CASA DEL BUEN SABOR LA	LOPEZ ROMERO ROSARIO	Lavalle 22-55 y Primera Constituy.	Cuarta	0	0	7	86791590

CASA VIEJA LA	PAEZ BARRETO LUZ E.	Olmedo s/n y Garcia Moreno	Cuarta	0	0	6	s/n
CISNE EL	GUARACA JARA LUIS	Epicachima 20-24 y Daniel Leon Bo	Cuarta	0	0	6	80375692
CHAMPPS	VASQUEZ VIVAR JAIME	Av. Circunvalacion 7 y Caracas	Cuarta	0	0	7	2943-109
CHE ALEJO	CANDO OÑATE NANCY	Epicachima y Daniel Leon Borja	Cuarta	0	0	7	92179587
CHOYS JR. MARISQUERIA	MARTINEZ ELBAY MERCEDES B.	Veloz s/n y La 44	Cuarta	0	0	6	2962-680
CHOZA	MARIÑO OCAÑA JOSE DOSITEO	By Pass Sector Norte	Cuarta	0	0	6	s/n
CITTADINO	GAIBOR URGILES PEDRO	Espejo 19-23 y Villaruel	Cuarta	0	0	7	2947-487
COFFE ICE	ROSAS NIETO GALO HERNAN	Av. Pedro Vicente Maldonado No. 2	Cuarta	0	0	6	99125885
COSTEÑITO EL	GRANDA CASCO LUIS CARLOS	Av. Pedro Vicente Maldonado s/n	Cuarta	0	0	9	85489224
D'ALY MARISQUERIA	GUEVARA SEGOVIA DINA ALICIA	Uruguay 17-22 y Chile	Cuarta	0	0	9	2968-956
DARLITA	CHOTO YASACA MARIA SUSANA	Epicachima 18-06 y Princesa Toa	Cuarta	0	0	4	2950-141
DELICIA LA	BARRIGA RAMIREZ ANGELICA	Diego de Ibarra 34-36 y Orozco	Cuarta	0	0	6	s/n
DELICIA LA	RODRIGUEZ JACOME ANGEL	Veloz 25-01 y España	Cuarta	0	0	6	s/n
DELIMAR	YAGLOA GUERRON BLANCA	Uruguay 24-52 y Orozco	Cuarta	0	0	7	2601-659
DELIZ	CAÑIZAREZ CHAVEZ DELFINA E.	Brasil 23-17 y Primera Constituyente	Cuarta	0	0	7	2942-105
DON AYO	AYOVI CAICEDO JORGELI	Av La Prensa y Reina Pacha	Cuarta	0	0	6	s/n
DON CESITAR	CALLAY TOLEDO LIGIA PAOLA	Booivlar Bonilla 1 y Caracas	Cuarta	0	0	8	s/n
DON PANCHO	QUISNIA TIERRA JORGE	Alfonso Chavez # 10 y Circunvalacion	Cuarta	0	0	6	s/n
DOÑA MECHE	LEON SANTA CRUZ MA MERCEDES	Epicachima 20-44 y Huayna Palcon	Cuarta	0	0	6	s/n
DOÑA SARITA 1	JACOME MIGUEZ SARA LETICIA	Coop. La Ceramica Mz. A	Cuarta	0	0	4	2600-527
DOÑA SARITA 2	GUALANCAÑAY G. MARIA SARA	Jacinto Evia, frente Estadio ESPOCH	Cuarta	0	0	10	2933-141
DRAGON 2	RAMIREZ LOPEZ CARMEN	Pihincha 30-54 y New York	Cuarta	0	0	6	s/n
ELENITA	VILEMA COLCHA MARIA C.	Antonio José de Sucre 32-40 y México	Cuarta	0	0	7	2966-314
EL MESON DEL REY	LARA GRANIZO MARIO	Epicachima 20-66 y D. Leon Borja	Cuarta	0	0	8	2931-611
EL OLIVO	LOPEZ ROMERO NATIVIDAD	Carabobo 21-40 y 10 de Agosto	Cuarta	0	0	7	s/n
EMPERADOR	ALMENDARIZ GUEVARA ROSA	Primera Constituyente y España	Cuarta	0	0	6	2951-341
ENCEBOLLADOS DON EDUARDO	OROZCO VALLEJO ASCENCIO	Junín s/n y García Moreno	Cuarta	0	0	6	s/n
ERIK	GUANO VARGAS FREDY ARTURO	10 de Agosto 10-34 y Puruha	Cuarta	0	0	6	s/n
EUROPA	SANAGUANO CASTILLO GEOCONDA	Chile 18-08 y Pichincha	Cuarta	0	0	6	947-115
FAROLITO # 2	CASTELO CARMEN ALICIA	Espejo 34-16 e Isidro Cordovez	Cuarta	0	0	9	966-755
FOGATA LA	BARRENO VALDIVIEZO MARIANA	10 de Agosto 29-22 y Carabobo	Cuarta	0	0	14	2962-462
FRIDAS ANITA	TIXE PADILLA MARIA ALBA	Carabobo 26-37 y Argentinos	Cuarta	0	0	7	s/n
GALLERY	VILLARREAL AREVALO JUAN CARLOS	España 19-24 y Olmedo	Cuarta	0	0	8	2944-937
GARDENIA LAS	REINOSO VENEGAS GARDENIA I.	Epicachima 19-60 y Rey Cacha	Cuarta	0	0	6	s/n
GATITO GOLOSO	TIERRA VARGAS SEGUNDO	Epicachima 20-44 y Daniel Leon Bo	Cuarta	0	0	6	s/n
GAVIOTAS	URQUIZO HERNANDEZ AIDA C	Epicachima 20-74 y Av Daniel León Borja	Cuarta	0	0	6	s/n
HIMALAYA	XIAO YING LILI	Carabobo 20-25 y Guayaquil	Cuarta	0	0	11	O97596842
HONG KONG	DILLON CHANG PUI	Daniel Leon Borja 39-25 y Carlos Z	Cuarta	0	0	8	s/n
HORNADOS CARMITA	CARRILLO LEON CARMEN	Carabobo 29-11 y Argentinos	Cuarta	0	0	12	2996-836
HORNERO EL	CAYO MUYULEMA MARIA IMELDA	Puruha 22-15 y 10 de Agosto	Cuarta	0	0	6	2948-668
IDOLO EL	JACOME FIALLOS CARLOS E.	Junin 26-62 y Pichincha	Cuarta	0	0	5	s/n

JULIANITA	GUILCAPI OCAÑA VICTOR HERNAN	Epiclachim 20-24 y Av Daniel León Borja	Cuarta	0	0	7	s/n
LANGOSTA AZUL MARISQUERIA	ALBAN GUERRERO MARCO	Av. La Prensa y Olivos	Cuarta	0	0	6	2954-616
LA PARADA	MOSQUERA CARDENAS MARIA F.	Virgilio Corral 14 y Cesar Leon	Cuarta	0	0	6	
NATURAL FOOD	MAURIZACA SANAGUARAY DANIELA	Tarqui 23-56 y Veloz	Cuarta	0	0	5	s/n
NEPTUNO	MOREIRA JIMENEZ SONNIA	Circunvalacion s/n y Puruha	Cuarta	0	0	6	
NUEVA JING JING	HU JIN FEI	Miguel Angel Leon 22-36	Cuarta	0	0	8	s/n
NUEVO MILENIO	FLORES MARQUEZ ANA	24 de Mayo y Leonidas Proaño	Cuarta	0	0	8	s/n
MARAVILLAS	BASTIDAS VILLACRES MA ELENA	Joaquin Chiriboga 22-57 y P. Const.	Cuarta	0	0	4	2964-476
MARISQUERIA EL CALIPSO	VINUEZA MAYORGA JORGE	Madrid 04 y Londres	Cuarta	0	0	10	2934-450
MAR AZUL	BUENAÑO CORDOVA HERCTOR	Epiclachim 20-44 y huayna Palcon	Cuarta	0	0	6	2948-462
MEGA ASADERO EL	LEMA CHULLI MARIA E.	Diego Rivera, barrio Jose Mancero	Cuarta	0	0	6	
MENESTRAS DE LA NENA LAS	COBA TELENCHANO FERNANDA	Nueva York 30-41 y Lavalle	Cuarta	0	0	7	2961-902
MESON DEL REY EL	MORETA SILVA MARIA A.	Epiclachim 20-68 y Daniel León Borja	Cuarta	0	0	7	
PACIFIC BLUE	CEDEÑO ZAMBRANO ISABEL B.	Guayaquil 13-09 y Joaquin Chiriboga	Cuarta	0	0	7	2940-392
PALACIO DEL MENU EL	YAGUACHI CARRILLO GREGORIO	10 de Agosto 08-15 y Av. Eloy Alfaro	Cuarta	0	0	8	s/n
PARAISO EL	BUENAÑO GUILCAPI OLGA E.	Epiclachim 20-64 y Av. D. Leon B.	Cuarta	0	0	6	2948-498
PIM POLLO	ENDARA CHAMORRO WILMER	Javuer Espinoza y A. J. de Sucre	Cuarta	0	0	8	2388-101
PINCHOS DE LA URUGUAY LOS	GRANIZO GUAYANLEMA GLADIS	Uruguay 27-28 y Gonzalo Davalos	Cuarta	0	0	8	s/n
PICO LOCO	BUÑAY ALDAZ FRANKLIN MANUEL	Olmedo y Rocafuerte	Cuarta	0	0	9	952415
PINOS EL	POZO YACELGA M. ESPERANZA	Av Lizarzaburu 57-07	Cuarta	0	0	4	944-664
PIONERO EL	BARAHONA MANZANO CELSO	Villaruel 28-22 y Rocafuerte	Cuarta	0	0	7	s/n
POLLO BANDIDO	MIRANDA CABRERA MA LUCCRECIA	Tarqui 28-53 y Veloz	Cuarta	0	0	7	s/n
POLLO BROSTER EL DORADO	URQUIZO RAMOS JUANA	Carabobo 19-38 y Villaruel	Cuarta	0	0	6	s/n
POLLO EJECUTIVO	LEMA GUERRERO MARIA VERONICA	Antonio Jose de Sucre 32-16 y Mex	Cuarta	0	0	7	87814422
POLLO EL SABROSON	LUNA L. MYRIAM VERONICA	Rocafuerte y Guayaquil	Cuarta	0	0	8	94293988
POLLO TEX	VARGAS PATRICIA	Espejo 33-68 y Av. Cordovez	Cuarta	0	0	8	2967-605
PORTOVIEJO 1	VARGAS NOLIVOS GERMAN	10 de Agosto 15-30 y Morona	Cuarta	0	0	6	s/n
PORTOVIEJO 2	VARGAS NOLIVOS GERMAN	Leopoldo Freire, junto Bco. Pacifico	Cuarta	0	0	6	s/n
RIELES LAS	LEMA CARPIO VINA ALICIA	Unidad Nacional 30-19 y Duchicela	Cuarta	0	0	12	2968-188
RINCON COSTEÑO	SUAREZ ROMERO JOSE AMBROCIO	Carabobo 22-55 y Guayaquil	Cuarta	0	0	6	s/n
RINCON ESMERALDEÑO	OLMEDO DEFAZ LAURO	Juan Montalvo 29-54 y Veloz	Cuarta	0	0	10	2944-583
RINCON MANABITA	CAYO MUYULEMA MARIA IMELDA	Unidad Nacional s/n y Juan Montalvo	Cuarta	0	0	8	s/n
ROSI POLLO	REYES REYES GUSTAVO	1era. Constituyente 15-27 y Almagro	Cuarta	0	0	10	966-838
SABOR CRIOLLO	GONZALEZ CERON ROSA EMILIA	Epiclachim y Huaynapalcon	Cuarta	0	0	6	s/n
SABOR LATINO	NAVAS CARDENAS ANGEL	Las Retamas Calle E Mz 9	Cuarta	0	0	6	949-804
SABOR LATINO 2	JIMENEZ MARIA FABIOLA	Huayna Palcon 44-12 y Epicacchima	Cuarta	0	0	6	2941-251
SABOR LATINO 3	MANZANILLAS VILLACRES VERONICA	Epiclachim 18-60 y Rey Cacha	Cuarta	0	0	7	2948-539
SCAMPINO	LUNA ABRIL JORGE	Venezuela 20-34 y Tarqui	Cuarta	0	0	8	s/n
SANSONE	SALAZAR RAMOS INES	Velasco 28-06 y Ayacucho	Cuarta	0	0	9	2946-659

SON COSTEÑO	CHELE ARCE ALEXIS BENJAMIN	Daniel Leon Borja 21-60 y Uruguay	Cuarta	0	0	7	82870080
SUBMARINO	CERVANTES VELEZ JUAN JOSE	Venezuela 28-79 y J. Montalvo	Cuarta	0	0	6	2967-476
SU CASA	CUENCA CAIZA NELLY	Epiclachim 19-86 y huayna palcon	Cuarta	0	0	6	s/n
TAÑITA	UVIDIA GARCES VIRGINIA CUMANDA	Barrio El Retamal, Panamericana N.	Cuarta	0	0	4	2942-614
TUKIS	SANCHEZ CALDERON FRANCISCA	Unidad Nacional y Epiclachim	Cuarta	0	0	12	s/n
VASIJA LA	MONTOYA UQUILLAS MARTHA CECILIA	Argentinos 26-21 y España	Cuarta	0	0	8	2941-182
VIKINGO	GALLEGOS VILLACRES AIDA	A.j. de Sucre y Javier Espinoza	Cuarta	0	0	4	2965-255
VEGETARIANO	YUCAILLA VALLA ANDRES	Esmeraldas 27-61 y Rocafuerte	Cuarta	0	0	10	s/n
VERGEL EL	GUZMAN ZURITA ANGEL	Chile 36-55 y Brasil	Cuarta	0	0	8	s/n
VERITO	VITERI VALLEJO MARIA VERONICA	Loja 22-52 y Primera Constituyente	Cuarta	0	0	5	2964-444
VIAJERO EL	BUENAÑO URQUIZO LAURA	Monseñor Leonidas Proaño s/n	Cuarta	0	0	6	2600-160
VIAJERO	URQUIZO HERNANDEZ ANA LAURA	By Pass Ciudadela San Miguel de Tapi	Cuarta	0	0	6	s/n
VIEJO CORDOVEZ EL	CEPEDA CAIZAGUANO SUSANA	Brasil 28-58 y Venezuela	Cuarta	0	0	6	s/n
ZEN WEI VEGETARIANO	CHIN YU FENG	Princesa Toa 43-29 y Calicuchima	Cuarta	0	0	8	2964-015
RECREACION Y DIVERSION							
Discoteca							
FREEZE	MANCHENO BARBA ROBERTO	Daniel Leon Borja 41-69 y Duchicela	Primera	0	0		s/n
DEYA- VU	VINAMAGUA TORRES PILAR DE L.	Daniel Leon Borja 32-26 y M. A. Leon	Segunda	0	0	8	2954-160
LUXELL	GARCIA SILVA MYRIAM	Av. La Prensa s/n y Argentinos	Segunda	0	0	12	s/n
PALMAS LAS	ESCUADERO IZA MARIA SANTOS	Barrio San Antonio,, cerca Unach	Segunda	0	0	10	2364-049
RONNY'S	RIVERA LUIS	Nueva York 16-45 y Alvarado	Segunda	0	0	25	966-683
SEÑAL DISCOTEC	MERINO MONTOYA YOHN	L a Prensa 18-10 y Princesa Toa	Segunda	0	0	20	2965-903
UNDERGROUND	LOGROÑO ANDRADE LUIS	Espejo 29-67 y Febres Cordero	Segunda	0	0	12	941-747
X-MIX	CARRILLO JAIME MARCELO	Calle E. Urb. Las Retamas	Segunda	0	0	20	O9715649
PUNTO G	MADRID SALAZAR HECTOR	Veloz 39-42 y Carlos Zambrano	Segunda	0	0	20	2603-170
VIEJA GUARDIA PUB	VIEJA GUARDIA SERVICIOS & PRODUCCIONES	Miguel A. Leon y Unidad Nacional	Segunda	0	0	17	2944-001
Sala de Recepcion y Banquetes							
IMPERIO	ABARCA SANTILLAN RAUL	Av. Los Duchicelas. Yaruquies	Primera	0	0	20	2963-966
BALCONES LOS	ARIAS ARCE NORMA	Tarqui 27-59 y Ayacucho	Segunda	0	0	15	2966-107
CAELUS	ORTIZ MANTILLA ENA	Colon 24-24 y Veloz	Segunda	0	0	12	2954-167
CESAR'S PALACE	DIAZ DOMINGUEZ CESAR	Milton Reyes y C. Leon Hidalgo	Segunda	0	0	18	2603-693
ECLIPSE	MUÑOZ YEPEZ JUAN	Alvarado 20-49 y Guayaquil	Segunda	0	0	20	2961-066
ESCORPION	TAMAYO GRANIZO ANGEL	Av. 9 de Octubre y J. Montalvo	Segunda	0	0	15	2947-159
LA FAYETTE	ULLOA HERNANDEZ ALICIA	Unidad Nacional 38-41 y Uruguay	Segunda	0	0	10	
LAURITA	SUAREZ LEON MARINA XIMENA	Ayacucho s/n y Rocafuerte	Segunda	0	0	20	2966-435
LOM	NOLIVOS LUNA ZOILA	Olmedo y Joaquin Chriboga	Segunda	0	0	12	2945-000
MAJESTIC PALACE	ORTEGA VELASCO JOSE	Antonio J. de Sucre 36-15, via Guano	Segunda	0	0	15	2366-059
MIRAGE CLUB	MIÑO CANTOS ALEJANDRA	Condorazo 17-58 y Av. Unidad Nacio	Segunda	0	0	15	2606-266
DOÑA FABY	CHIMBOLEMA SATAN MA. FABIOLA	Leopoldo Freire 06-7, frente Policía	Segunda	0	0	10	2628-451

RINCON DE VERSALLES	ENDARA PICON LUIS EFRAIN	Ayacucho 26-72 y Garcia Moreno	Segunda	0	0		
ROYAL CLUB	RIVERA CACERES SAUL ESTEBAN	Veloz 40-02 y Carlos Zambrano	Segunda	0	0	10	2967-769
UNIVERSITARIO	SANAY SANAICELA CARMEN	Eloy Alfaro 21-13 y Guayaquil	Segunda	0	0	20	2941-721
TRANSPORTES TURISTICOS							
INTERANGELESTOURS	INTERANGELESTOURS CIA.LTDA.	Olmedo 28-57 y Carabobo	Transporte	3	105	0	2940-568
JULIAN'S	ARRIETA CACERES JULIA	Av. La Prensa 17 y Argentinos	Transporte	1	12	0	2960-809
MONTECARLO	HERRERA CISNEROS FERNANDO	10 de Agosto 25-41 y España	Transporte	1	12	0	2960-557
NATIONAL TRAVEL	NATIONAL TRAVEL C.A.	Uruguay 28-01 y Ayacucho	Transporte	1	12	0	2968-373
RIOEMPRES TOURS	RIOEMPRES TOURS S.A.	Daniel Leon Borja 40-26 y C. Zambrano	Transporte	8	234	0	2946-575
SANPERTRANS CÍA LTDA.	TELLO VERA CORNELIO	Lavalle 211 y Ave Daniel León Borja	Transporte	4	36	0	961-664
CANTON: Alausí							
Agencia de Viajes							
A.F. ALAUSI TOURS	ALAUSI TOURS CIA. LTDA.	Eloy Alfaro 11 y Bolivia	Dualidad	0	0	0	2931746
CUNADITOURS	CUNADITOURS CIA. LTDA.	Esteban Orozco y Antonio Mora	Operadora	0	0	0	2930-365
NARIZ DEL DIABLO	NARIZ DEL DIABLO DEVIL NOSE S.A	5 de Junio 130 y Pedro de loza	Operadora	0	0	0	930-240
ALOJAMIENTO							
Hostal							
COLINA LA	YUNGAN LOURDES	Panamericana Sur	Segunda	12	14	8	930-891
SAN PEDRO	SANCHEZ VINUEZA SANDRA	5 de Junio s/n y 9 de Octubre	Segunda	13	31	6	930-089
GAMPALA HOTELERIA Y TURISMO	NIAMA ZURITA BYRON	5 de Junio 122 y Pedro de Loza	Segunda				
PANAMERICANO	BARRAGAN CABRERA LUIS	5 de Junio 161 y 9 de Octubre	Tercera	16	43	11	930-278
TEQUENDAMA	ARRELLANO HUGO ENRIQUE	5 de Junio 152 y 9 de Octubre	Tercera	17	54	0	930-123
Hostal Residencia							
ALAUSI	BRITO AVENDAÑO LUZ VICTORIA	Esteban de Orozco y 5 de Junio	Tercera	15	36	0	2930-361
AMERICANO	SANCHEZ AGUAYO MARCO TULIO	García Moreno 151	Tercera	15	62	0	2930-159
EUROPA	RIOFRIO VILLAGRAN ALFONSO	5 de Junio y 9 de Octubre 175	Tercera	25	55	0	
TIO EMILIO	CATTANI ANDRADE MONICA	Ricaurte 158 y Garcia Moreno	Tercera	12	24	0	2930-461
Pensión							
DAVID	PAZMIÑO BARRENO ELENA	5 de Junio y 9 de Octubre	Tercera	6	12	4	2930-264
MIRADOR	RICAURTE ENDERICA JORGE	Francisco Pizarro y A. J. de Sucre	Segunda	5	10	0	2931-708
TEQUENDAMA	ARELLANO MORA HUGO	5 de Junio 152 y Esteban Orozco	Tercera	9	26	0	2930-724
Hosterías							
PIRCAPAMBA	ORTIZ GUERRERO JORGE	Sector Pircapamba Km. 1 Q. de Com	Primera	6	18	5	2930-001
POSADA DE LAS NUBES	ORTIZ FIALLO CAROLINA	Conventillo Km. 11. Carretera Garcia Moreno	Segunda	7	22	5	2930-535

QUINTA LA	SILVA LARA GINA	Eloy Alfaro 121 y M. Muñoz	Primera	8	19	13	2930-247
RINCON DE ISABEL	FIALLO CAMAÑERO VICTOR	Sector de Buha Km 2	Tercera	6	9	0	2930-121
VIEJA CASONA	ROBINSON CEPEDA JENY CECILIA	Mariana Muñoz de Ayala s/n y Brasil	Primera	9	30	3	2930161
Complejo Turístico							
LA CASA DEL ARBOL	GUERRERO ARCOS JOSE LUIS	Km. 14 via Bucay Pallatanga	Primera	8	20	20	O88992440
ALIMENTOS Y BEBIDAS							
Restaurante							
MESON DEL TREN	CORTEZ NANCY ROSARIO	Ricaurte y Eloy Alfaro	Segunda	0	0	8	2930-204
AMERICANO	ORTEGA DUSTIN	5 DE Junio s/n y Esteban Orozco	Tercera	0	0	6	2931-313
CAFÉ DE PEDRO	LOPEZ LAURA DEL CARMEN	Loma Lluglli, junto a Imagen de San Pedro	Tercera	0	0	6	930-332
CHAVALES LOS	ZARUMA MARIA ROSA	Eloy Alfaro y Bolivia	Tercera	0	0	8	931-212
CISNE EL	PARADA LARA LAURA	5 de Junio s/n y Antonio Cattani	Tercera	0	0	11	930-588
COMEDOR FAMILIAR	NARANJO PINOS FANNY	9 de Octubre 156 y Pedro Davila	Tercera	0	0	7	931-221
DILIGENCIA LA	GALLEGOS MARTINEZ MARTHA	Eloy Alfaro. Estacion Ferrocarril	Tercera	0	0	10	931-293
DON FAUSTO	SILVA FAUSTO	Panamericana Sur - Vía Chunchi	Tercera	0	0	12	930-290
EL CISNE	PARADA LARA LAURA	Av. 5 de Junio y 9 de Octubre	Tercera	0	0	10	2931-225
FLAMINGO	GARCIA CARMEN	9 de Octubre y Antionio Mora	Tercera	0	0	7	930-367
HIGUERA LA	SANCHEZ ARCOS MIRIAM	Av. 5 de Juio y Ricaurte	Tercera	0	0	7	2931-582
INTEGRACION ANDINA	SANTOS SILVA JOSE	Panamericana Sur - Vía Cuenca	Tercera	0	0	19	930-306
INTEGRACION ANDINA I I	SANTOS SILVA JOSE	Eloy Alfaro s/n , diag. Estacion Tren	Tercera	0	0	6	
KENN JHONNY	TIXI CORTES JUAN	Garcia Moreno y Chile	Tercera	0	0	6	930-133
SUCRE	JUCA WASHINGTON	Esteban Orozco y 5 de Junio	Tercera	0	0	6	
SUPER ADRIANS	LOPEZ AIDA	Pedro de Loza 142 y 5 de Junio	Tercera	0	0	8	
VERA DEL CAMINO	NIAMA ZURITA BYRON	Panamericana Sur - Vía Chunchi	Tercera	0	0	20	930-055
DANIELITO	MALAN SAYAGO JOSE F.	5 de Junio 165 y Esteban Orozco	Cuarta	0	0	6	
DELICIAS DEL PALADAR	LOPEZ VILLA ROSA	5 de Junio y 9 de Octubre	Cuarta	0	0	6	
LATACUNGUENITA	ACURIO LIGIA	5 de Junio 153 y Pedro Loza	Cuarta	0	0	5	
REINA DE AGUA SANTA	ZAMORA SANTAMARIA FRANKLIN	9 de Octubre y Antonio Mora	Cuarta	0	0	4	
YAPITA LA	CAMAÑERO G. JULIO C.	5 de Junio 165 y 9 de Octubre	Cuarta	0	0	7	935-395
RECREACION Y DIVERSION							
Bar							
EXTASIS	CHARCO DORIS	Pablo Jose Davila y Esteban Orozco	Tercera	0	0	4	931-376
REFUGIO EL	ROJAS PERCY	Av. 5 de Junio y Cattani	Tercera	0	0	10	930-587
Termas y Balnearios							
SPA LUNITA	LUNA OJEDA CARLOS E.	Villalva 551 y 9 de Octubre	Segunda	0	0		2930-945
CANTON: Alausi							
PARROQUIA: Huigra							
ALOJAMIENTO							
Hostal							

GAMPALA	GAMPALA HOTELERIA Y TURISMO	Av. 5 de Junio 122 y Pedro de Loza	Segunda	11	22	10	2930-122
ALFARO	SUAREZ C. GLORIA MERCEDES	Barrio Azuay, Huigra	Tercera	12	16	4	2938-196
Hostería							
ETERNA PRIMAVERA	CHAVEZ RODRIGUEZ RAUL OSWALDO	Huigra	Segunda	19	63	8	42870146
Pistishi							
Restaurante							
MIRADOR CONDOR PUÑUNA	AS. TRABAJADORES AUTONOMOS	Pistishi	Tercera	0	0	8	2931-569
CANTON: Colta							
ALOJAMIENTO							
Pensión							
SUMAK PAKARI	GUACHO CHILENO MANUEL	Unidad Nacional, Barrio Misquilli	Segunda	9	19	0	58057260
ALIMENTOS Y BEBIDAS							
Restaurante							
REY DORADO	MARTES PARRA SEGUNDO PEDRO	Unidad Nacional S/n	Tercera	0	0	15	912591
RESTAURANTE FAMILIAR	MACHADO TOMAS	Panamericana Sur, via a Guamote	Tercera	0	0	7	912-161
CANTON: Chambo							
ALOJAMIENTO							
Hostería							
JATUN QUILLA SHAYANA	IZURIETA DE LARREA MARIA EULALIA	Hacienda Isabela de Sasapud	Primera	7	28	10	910-059
MIRO PANTAÑO	PIEDRA OROZCO CECILIA	Quinta Pantaño, via a Licto	Segunda	12	24	25	2910-161
PAMPA LA	FIERRO BEJARANO PEDRO VICENTE	Catequilla Titaycún	Segunda	6	28	18	2954-834
Albergue							
PANTAÑO TERRANOVA	DUFFER FALCONI KAREN	Sector Pantaño Km. 6, via a Licto	Primera	3	6	20	2961-624
ALIMENTOS Y BEBIDAS							
Restaurante							
VERGEL EL	VALLEJO CARPIO JORGE AUGUSTO	Barrio El Vergel	Segunda	0	0	20	2910-352
CACIQUE EL	PONCE RIVERA MARIELISA	AV. 18 de Marzo 64-09 y G. Flores	Tercera	0	0	6	2910-779
CANTON: Chunchi							

ALOJAMIENTO							
Hotel							
CHUNCHI IMPERIAL	QUEZADA PARAMO LUZ IRENE	Simon Bolivar s/n y Manuel Reyes	Segunda	30	60	10	936-626
Pension							
ESTANCIA DEL SABOR LA	VERA GOMEZ CARMEN M.	Av. 4 de Julio y Capitan Ricaurte	Tercera	6	18	17	936-551
CANTON: Cumanda							
ALOJAMIENTO							
Hostal							
METROPOL'S	GUAILLASA VILLA SEGUNDO	9 de Octubre s/n y 5 de Junio	Tercera	12	24	4	2326-721
Complejo Vacacional							
OLYMPUS	ARGUDO SALAZAR BIHORITA ROSA	Via a Riobamba, sector Cascajal	Segunda	14	42	60	2728-007
Discoteca							
PLANET VIP	ALTAMIRANO CALDERON ERNESTO	Eloy Alfaro y 4 de Diciembre	Segunda	0	0	10	2326-368
Motel							
EL JARDIN	YANEZ GUANANGA GILBERTO	Barrio La Dolorosa, Parr. La Matriz	Tercera	8	16	0	85715618
CANTON: Guamate							
ALOJAMIENTO							
Hostal Residencia							
RAMADA INTERNACIONAL	GUADALUPE ZAVALA ELADIO	Anibal Vela s/n y Riobamba	Segunda	18	52	0	916-242
ALIMENTOS Y BEBIDAS							
Restaurante							
OASIS PARADERO	GOYES RAMIRO	Panamericana Sur y AV. Maldonado	Segunda	0	0	6	916-020
PARADERO LOS SASKINES	PAÑA SOLDADO DORA	Comunidad de Atillo, 72 Km.	Tercera	0	0	8	094811161
CANTON: Guano							
ALOJAMIENTO							
Hostería							
LA ANDALUZA	LUIS CARDENAS VELASCO	Chuquipogyo Km. 16	Primera	55	116	78	2949-371
EUCALIPTOS LOS	GUADALUPE VILLARROEL LEON	Barrio San Pablo, Panamericana Norte	Primera	6	13	17	2904-419
PORTON ANDINO	NINA HUILCAREMA LOLA	Barrio San Pablo Km. 13.	Primera	7	14	37	2904-636

QUINTA KAREN ESTEFANIA	ULLOA HERNANDEZ ALICIA M.	Esmeraldas 161 y Asunción	Primera	22	40	15	2900-040
QUINTA AIDITA	CHAVEZ MOSQUERA AIDA E.	Barrio San Roque, M.Montalvo 919	Primera	25	100	48	2901-727
VISTA HERMOSA	AVILES CASTILLO MYRIAM	Barrio San Roque	Segunda	6	20	50	2900143
Hostal							
HELENES LOS	TIERRA GUSQUI LUIS	Barrio Jesus del Gran Poder	Tercera	12	24	4	2901489
CASA BLANCA	HERRERA BECERRA SEGUNDO	Garcia Moreno 638 y Quito	Segunda	11	22	6	2900-144
ALBERGUE							
ESTRELLA DEL CHIMBORAZO	ZURITA ASTORGA M. XIMENA	Comunidad Pulingui, San Pablo Km. 36	Primera	8	16	3	964-915
URBINA	DONOSO YEPEZ RODRIGO	Km. 20 via a Ambato	Tercera	6	16	4	2942-215
PORTAL ANDINO	ILVAY CALUNA JORGE IVAN	Comunidad Condor Samana	Tercera	4	14	6	
Motel							
CASTILLO EL	SANCHEZ OCHOA ANDRES	Panamericana Norte Km. 5 1/2	Primera	22	44	0	2904-250
NEPTUNO	ADRIANO MORENO GABRIEL	Adriano Moreno Gabriel Segundo	Segunda	16	32	0	2944-297
PALERMOTEL	AVILES CALLE RICARDO	Panamericana Norte Km. 3 1/2	Segunda	37	74	0	2602-549
PARAISO EL	CEVALLOS CHAVEZ JOSE	Panamericana Norte Km. 4 1/2	Segunda	15	19	0	602544
BELLAVISTA DEL LAGO	UVIDIA VILLA MANUEL	Via a Guano Km. 2 1/2	Tercera	13	26	0	2900-147
SEDUCCION	ADRIANO GALLARDO JUAN CARLOS	Sector Sigsipamba, San Andres	Tercera	20	40	0	2904-204
Pensión							
NUEVO AMANECER	MENDEZ PAUCAR CARLOS	Bolivar s/n y Juan Montalvo	Tercera	6	24	10	2900-544
Bar							
EDEN EL	TENEMAZA MORAN ANGEL G.	Casique Toca s/n y Tuncahuan	Tercera	0	0	20	2900-604
PROXIMO NIVEL	ALLAUCA MUÑOZ ANIBAL	Agustin Davalos y Lando	Tercera	0	0	7	2900-815
TU PUNTO DE ENCUENTRO	BARAHONA CHAVARREA NATHAL	Garcia Moreno 40-60 y Puruha	Tercera	0	0		
ALIMENTOS Y BEBIDAS							
Fuente de Soda							
MOKACCINO	GUADALUPE ZAMBRANO ADRIANA	20 de Diciembre y Asuncion	Tercera	0	0	4	2900-172
OASIS	POLO PUENTE ANA VERONICA	Leon Hidalgo 716 y Garcia Moreno	Tercera	0	0	5	2900-387
PLAYITA LA	CRUZ COLCHA WILSON	Garcia Moreno s/n via a Los Elenes	Tercera	0	0	6	2900-253
PRADERA LA	SANCHEZ SANCHEZ JOSE MARCO	Panamericana Norte Km. 10	Tercera	0	0	5	2946-617
RICO POLLO	OROZCO TUFÍÑO JUANA	A. 20 de Diciembre 22-19 y Asuncion	Tercera	0	0	6	2901-195
SANTA TERESITA	CRUZ COLCHA GLADIS	Garcia Moreno s/n via a Los Elenes	Tercera	0	0	6	2900-302
Restaurante							
SANJUAN LOMA	MARTINEZ BADILLO GERARDO	Barrio La Panaderi, San Andres	Segunda	0	0	12	904-514
DANNY'S	HUISHA P. MARIA EUGENIA	Garcia Moreno 50-46 y Colon	Tercera	0	0	8	91697984
FRITADERIA GUIJARRO	GUIJARRO GUEVARA ROSA O.	Leon Hidalgo 10-12 y Eloy Alfaro	Tercera	0	0	12	2900-426
RICA FRITADA	CAJO YUMISEBA HERNAN	Agustin Davalos 53-52 y Asuncion	Tercera	0	0	8	2900-401
PALACIO DE LOS CHORIZOS	GUADALUPE BETANCOURT GLADIS	Eloy Alfaro s/n y Leon Hidalgo	Tercera	0	0	14	2900-386

POSADA LA	GUEVARA ALMENDARIS ANA	Leon Hidalgo 10-45	Tercera	0	0	7	2900-597
QUE DELICIA	MONTALVO VILLACRES CARMEN	Leon Hidalgo y Agustin Davalos	Tercera	0	0	8	2900-124
AQUÍ ME QUEDO	GUAPULEMA LLAMUCA ROSA ELVIR	Eloy Alfaro 17-10 y Los Franciscanos	Cuarta	0	0	32	2900-044
CARMITA	BONILLA LEMA LYLIAN	Agustin Davalos y Asuncion	Cuarta	0	0	4	2901-197
FUENTE LA	AYALA BARRENO TERESA	Av. 20 de Diciembre 23-10 y Asuncion	Cuarta	0	0	4	
GUANEÑITA 2	AYALA BARRENO LAURA	Garcia Moreno s/n y Asuncion	Cuarta	0	0	6	901-089
GUANEÑITA 1	BARRENO GONZALEZ ROSA ELVIRA	Francisco Quilpe 528 y Eloy Alfaro	Cuarta	0	0	10	900-417
CANTON: Pallatanga							
CANTÓN: Pallatanga							
ALOJAMIENTO							
Hosterías							
PEDREGAL EL	CARRASCO GAVILANEZ SANTIAGO	Km. 1 1/2 Vía a Pilchipamba	Primera	8	32	8	919-649
SILLAGOTO	MUÑOZ MUÑOZ FULTON	Panamericana Sur Km. 23	Primera	10	40	12	2100-610
ECOVITA ORGANIC	SALAZAR ALVAREZ RICARDO	Pallatanga Km. 139 via a Riobamba	Primera	20	100	12	2919-286
VALLE EL	PATIÑO ICAZA JOSE	Vía Principal Km 2	Segunda	18	90	15	2919-216
Pensión							
MELITA	MARTINEZ BARBA AGUEDA ROMELIA	10 de Agosto 114 y Rocafuerte	Tercera	7	25	0	919-116
ALIMENTOS Y BEBIDAS							
Restaurante							
FOGATA LA	TORRES CORAL HILDA MERCEDES	Panamerica Sur Vía Principal	Tercera	0	0	5	
FUENTE LA	GAVILANES GUERRERO MARIA	Panamerica Sur Vía Principal	Tercera	0	0	12	
PARAISO	SILVA FLORES MARIA ISABEL	Panamerica Sur Vía Principal	Tercera	0	0	12	919-154
VOLVERE	BORJA IZURIETA GLORIA	Panamerica Sur Vía Principal	Tercera	0	0	14	2919-247
ALEXANDRA	MIÑO HERRERA FANNY AMERICA	Panamerica Sur Vía Principal	Cuarta	0	0	10	
CHINITO EL	RODRIGUEZ CRUZ GALO	Panamerica Sur Vía Principal	Cuarta	0	0	8	919-543
CRIOLLO EL	GRANIZO WELLINGTON	Panamerica Sur Vía Principal	Cuarta	0	0	12	