



**DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
BUSES TURÍSTICOS TIPO TRANVÍA, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA
DE BOLÍVAR.**

MARÍA ALICIA NOBOA OSORIO

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
INGENIERA EN ECOTURISMO**

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

**RIOBAMBA – ECUADOR
2015**

CERTIFICACIÓN

El suscrito **TRIBUNAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**, Certifica: Que; La Señorita María Alicia Noboa Osorio, culminó con el trabajo de investigación de titulación denominado “**DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE BUSES TURÍSTICOS TIPO TRANVÍA, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR**”, y ha sido prolijamente revisado y aprobado, quedando autorizada su presentación.



Ing. Christiam Aguirre

DIRECTOR



Ing. Catalina Verdugo

MIEMBRO

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

Riobamba, Julio 2015

DEDICATORIA

*A mis padres, los pilares de mi vida, por enseñarme a perseguir
mis sueños, sin importar cuán difícil resulte.*

*A mi abuela Telita, porque con su sonrisa y hermosas palabras
supo alejar de mí toda tristeza, porque fue y es mi ejemplo de
fortaleza, valor y nobleza.*

Porque sé que estará conmigo más allá del tiempo...

AGRADECIMIENTOS

A Dios por ponerme en el lugar que debía estar, haciendo lo que amo hacer. “Ecoturismo es la carrera que me escogió”.

A mi familia por ser el más grande apoyo de mi vida. “Todo lo que hago, todo lo que soy, es por ustedes”

Max, María Alicia, Maxito. Los amo

Nuestras vidas estaban destinadas a encontrarse..., un gracias no basta por todo lo que eres y haces por mí; por todo tu amor, gracias Alexis y a tu familia por todo.

“los amigos son la familia que uno escoge”, gracias: Ericka Vanessa, Cíndy, Majo, Ericka, Belén, María Augusta, Galo, Juan Carlos, Mario y Renato. Dianita... este logro también es tuyo.

Ingeniero Eduardo Muñoz, por convertirse en mi mentor y ejemplo, al brindarme su conocimiento y experiencia, impulsándome a ser cada día mejor.

Ingenieros Christiam Aguirre y Catalina Verdugo, por guiarme, aconsejarme y ser mi apoyo durante toda mi carrera.

Ingeniera Patricia Tierra por enseñarme a lidiar con los problemas que se cruzan en el camino y no dejar que me rindiera.

ÍNDICE

I. DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE BUSES TURÍSTICOS TIPO TRANVÍA, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR	1
II. INTRODUCCIÓN	1
A. JUSTIFICACIÓN	4
B. OBJETIVOS	5
1. Objetivo general	5
2. Objetivos específicos	5
C. HIPÓTESIS	5
III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	6
A. MARCO CONCEPTUAL.....	6
1. Turismo.....	6
2. Transporte	6
3. Autobús	7
4. Microbús.....	7
5. Ferry.....	7
6. Tranvía	8
7. Autoferro.....	8
8. Bus tranvía	8
9. Factibilidad	8
B. MARCO TEÓRICO	9
1. Sistema turístico	9
2. Producto turístico	11
3. Modalidades de turismo	14
4. Transporte turístico	17
5. Estudio de factibilidad.....	21

C. MARCO CONTEXTUAL	37
1. La experiencia en Ecuador.....	37
2. La experiencia en el mundo	43
IV. MATERIALES Y MÉTODOS	46
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR	46
B. METODOLOGÍA	47
V. RESULTADOS	54
A. ESTUDIO DE MERCADO	54
1. Análisis de demanda	54
2. Análisis de oferta	86
3. Confrontación oferta vs demanda	131
4. Plan mercadotécnico	134
5. Micro localización	144
6. Requerimientos del área comercial.....	146
B. ESTUDIO TÉCNICO	149
1. Análisis técnico.....	149
2. Estudio socio ambiental.....	180
C. ESTUDIO LEGAL ADMINISTRATIVO	183
1. Ámbito legal	183
2. Ámbito administrativo	190
D. ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA	199
1. Inversiones	199
2. Depreciaciones	200
4. Estructura de costos y gastos	201
5. Presupuesto de ingresos	202
6. Estado de resultados.....	203
7. Evaluación financiera	204

VI. CONCLUSIONES	206
VII. RECOMENDACIONES	208
VIII. RESUMEN	209
IX. SUMMARY	210
X. BIBLIOGRAFÍA	211
XI. ANEXOS	219
A. MODELO DE ENCUESTAS	219
1. Encuesta Población económicamente activa de Guaranda.....	219
2. Encuesta Turistas nacionales.....	221
3. Encuesta turistas extranjeros.....	223
B. TABULACIÓN DE ENCUESTAS	225
1. Población económicamente activa de Guaranda.....	225
2. Turistas nacionales	231
3. Turistas extranjeros.....	241
C. COSTOS DE LOS CIRCUITOS	251

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Líneas y variedades de productos turísticos del Ecuador.....	17
Cuadro 2. Género de la Población económicamente activa de Guaranda	56
Cuadro 3. Edad de la Población económicamente activa de Guaranda.....	56
Cuadro 4. Nivel de educación de la Población económicamente activa de Guaranda	57
Cuadro 5. Ocupación de la Población económicamente activa de Guaranda .	57
Cuadro 6. Aceptación del proyecto de la Población económicamente activa de Guaranda	58
Cuadro 7. Aceptación del proyecto para movilización cotidiana de la Población económicamente activa de Guaranda.....	58
Cuadro 8. Aceptación del proyecto para movilización con fines recreativos de la Población económicamente activa de Guaranda	59
Cuadro 9. Lugares a visitar elegidos por la Población económicamente activa de Guaranda	59
Cuadro 10. Frecuencia de recorrido escogida por la Población económicamente activa de Guaranda.....	60
Cuadro 11. Precio a pagar por parte de la Población económicamente activa de Guaranda	61
Cuadro 12. Aceptación de guianza por la Población económicamente activa de Guaranda	61
Cuadro 13. Tópicos de guianza escogidos por la Población económicamente activa de Guaranda.....	62
Cuadro 14. Medios de información que la Población económicamente activa de Guaranda utiliza	63
Cuadro 15. Género de los turistas nacionales.....	64
Cuadro 16. Edad de los turistas nacionales	64
Cuadro 17. Procedencia de los turistas nacionales.....	65
Cuadro 18. Nivel de educación de los turistas nacionales	65
Cuadro 19. Ocupación de los turistas nacionales.....	66
Cuadro 20. Frecuencia de viaje de los turistas nacionales.....	66
Cuadro 21. Gasto por viaje de los turistas nacionales.....	67

Cuadro 22. Forma de pago de los turistas nacionales	67
Cuadro 23. Aceptación del proyecto por los turistas nacionales	68
Cuadro 24. Aceptación de guianza para los recorridos por los turistas nacionales	68
Cuadro 25. Tópicos para la guianza elegidos por los turistas nacionales	69
Cuadro 26. Lugares a visitar en la ciudad de Guaranda, por los turistas nacionales	70
Cuadro 27. Servicios adicionales preferidos por los turistas nacionales	70
Cuadro 28. Precio a pagar por los turistas nacionales	71
Cuadro 29. Disponibilidad de tiempo para el recorrido por los turistas nacionales	71
Cuadro 30. Frecuencia para realizar el recorrido elegida por los turistas nacionales	72
Cuadro 31. Forma de pago por el servicio que los turistas nacionales prefieren	72
Cuadro 32. Lugar de compra del servicio que los turistas nacionales eligen ..	73
Cuadro 33. Medios de información que los turistas nacionales utilizan.....	73
Cuadro 34. Género de los turistas extranjeros	75
Cuadro 35. Edad de los turistas extranjeros.....	75
Cuadro 36. Procedencia de los turistas extranjeros	76
Cuadro 37. Nivel de educación de los turistas extranjeros.....	76
Cuadro 38. Ocupación de los turistas extranjeros	77
Cuadro 39. Frecuencia de viaje elegida por los turistas extranjeros	77
Cuadro 40. Gasto por viaje de los turistas extranjeros	78
Cuadro 41. Forma de pago de los turistas extranjeros.....	78
Cuadro 42. Aceptación del proyecto por parte de los turistas extranjeros.....	79
Cuadro 43. Aceptación de guianza para los recorridos por parte de los turistas extranjeros.....	79
Cuadro 44. Tópicos para la guianza que los turistas extranjeros prefieren	80
Cuadro 45. Lugares a visitar en la ciudad de Guaranda que los turistas extranjeros han elegido	81
Cuadro 46. Servicios adicionales escogidos por los turistas extranjeros	81
Cuadro 47. Precio a pagar por los turistas extranjeros.....	82

Cuadro 48. Disponibilidad de tiempo de los turistas extranjeros para el recorrido	82
Cuadro 49. Frecuencia para realizar el recorrido escogida por los turistas extranjeros.....	83
Cuadro 50. Forma de pago por el servicio de los turistas extranjeros.....	83
Cuadro 51. Lugar de compra del servicio que los turistas extranjeros han preferido	84
Cuadro 52. Medios de información que los turistas extranjeros utilizan	84
Cuadro 53. Atractivos turísticos de la ciudad de Guaranda.....	86
Cuadro 54. Hotel Tambo Libertador	114
Cuadro 55. Hostería El Ángel.....	115
Cuadro 56. Hostal La Colina.....	116
Cuadro 57. Hostal Mama Rumi	117
Cuadro 58. Hostal Bolívar.....	118
Cuadro 59. Hostal Mansión del parque	119
Cuadro 60. Hostal Santa fe	120
Cuadro 61. Hostal Balcón cuencano	121
Cuadro 62. Hostal residencia Cochabamba	122
Cuadro 63. Hostal residencia Ejecutivo Bahía.....	123
Cuadro 64. Hotel residencia Colonial	124
Cuadro 65. Hostal residencia Casmar	125
Cuadro 66. Hotel residencia El Márquez	126
Cuadro 67. Catastro de establecimientos de alimentación en Guaranda.....	127
Cuadro 68. Catastro de establecimientos de recreación y diversión en Guaranda	129
Cuadro 69. Líneas de productos del cantón Guaranda	130
Cuadro 70. Proyección de la demanda potencial del segmento PEA de Guaranda	131
Cuadro 71. Proyección de la demanda potencial del segmento.....	131
Cuadro 72. Proyección clientes cooperativa Universidad Estatal de Bolívar.	132
Cuadro 73. Proyección turistas de la parroquia de Salinas	132
Cuadro 74. Demanda insatisfecha del segmento PEA de Guaranda.....	133
Cuadro 75. Demanda insatisfecha del segmento de turistas.....	133

Cuadro 76. Micro localización del local de venta de tickets en la ciudad de Guaranda	145
Cuadro 77. Activos fijos para el área comercial.....	146
Cuadro 78. Talento humano del área comercial.....	147
Cuadro 79. Materiales e insumos del área comercial.....	147
Cuadro 80. Publicidad	148
Cuadro 81. Inversiones nominales	148
Cuadro 82. Demanda objetivo para el segmento PEA de Guaranda	149
Cuadro 83. Demanda objetivo para el segmento turistas.....	150
Cuadro 84. Consumo aparente del segmento PEA de Guaranda	150
Cuadro 85. Consumo aparente del segmento turistas	151
Cuadro 86. Consumo aparente para el circuito Centro Histórico.....	151
Cuadro 87. Consumo aparente para el circuito Salinas	152
Cuadro 88. Consumo aparente para el circuito Iglesias	152
Cuadro 89. Consumo aparente para el circuito Las Cochas	153
Cuadro 90. Consumo aparente para el circuito Ángel Polibio Chávez	153
Cuadro 91. Circuito de las iglesias	156
Cuadro 92. Circuito centro histórico	158
Cuadro 93. Circuito Ángel Polibio Chávez.....	161
Cuadro 94. Circuito Salinas.....	163
Cuadro 95. Circuito Las Cochas.....	166
Cuadro 96. Circuito Memoria Viva.....	169
Cuadro 97. Activos fijos para el área productiva	176
Cuadro 98. Uniformes para el talento humano del área productiva.....	176
Cuadro 99. Talento humano del área productiva.....	177
Cuadro 100. Combustible	177
Cuadro 101. Matriz de Leopold	180
Cuadro 102. Talento humano área administrativa.....	190
Cuadro 103. Materiales e insumos del área administrativa	191
Cuadro 104. Activos fijos del área administrativa	192
Cuadro 105. Cargos y funciones del gerente general	195
Cuadro 106. Cargos y funciones del administrador/a financiero	196
Cuadro 107. Cargos y funciones del jefe jurídico	197
Cuadro 108. Cargos y funciones del jefe de planificación	198

Cuadro 109. Inversiones	199
Cuadro 110. Depreciaciones	200
Cuadro 111. Amortización de inversiones nominales.....	201
Cuadro 112. Estructura de costos y gastos.....	201
Cuadro 113. Presupuesto de ingresos	202
Cuadro 114. Estado de resultados	203
Cuadro 115. Flujo de caja.....	204
Cuadro 116. Indicadores financieros	205
Cuadro 117. Costo circuito de las iglesias.....	251
Cuadro 118. Costo circuito centro histórico.....	252
Cuadro 119. Costo circuito Ángel Polibio Chávez	253
Cuadro 120. Costo circuito Salinas	254
Cuadro 121. Costo circuito Las Cochas	255

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Matriz de Leopold	31
Gráfico 2. Imagotipo del proyecto turístico de buses tipo tranvía	135
Gráfico 3. Hoja membretada	137
Gráfico 4. Carpeta membretada	138
Gráfico 5. Tarjeta de presentación	138
Gráfico 6. Sobres	139
Gráfico 7. Uniformes para el proyecto turístico de buses tipo tranvía	139
Gráfico 8. Tríptico del circuito de las iglesias	141
Gráfico 9. Tríptico del circuito Ángel Polibio Chávez	142
Gráfico 10. Tríptico del circuito en Guaranda	143
Gráfico 11. Diseño página web	144
Gráfico 12. Mapa de la ciudad de Guaranda.....	155
Gráfico 13. Circuito turístico de las iglesias.....	157
Gráfico 14. Mapa circuito turístico centro histórico.....	160
Gráfico 15. Mapa circuito turístico Ángel Polibio Chávez	162
Gráfico 16. Mapa circuito turístico Salinas	165
Gráfico 17. Mapa circuito turístico Las Cochas	168
Gráfico 18. Mapa circuito Memoria viva	170
Gráfico 19. Flujograma para la reservación del servicio.....	171
Gráfico 20. Flujograma para la recepción del turista	172
Gráfico 21. Flujograma para el servicio de guianza	173
Gráfico 22. Flujograma para el recorrido de turistas	174
Gráfico 23. Flujograma para el recorrido Memoria viva.....	175
Gráfico 24. Buses tipo tranvía.	179
Gráfico 25. Organigrama estructural	193
Gráfico 26. Organigrama funcional.....	194
Gráfico 27. Género de la Población económicamente activa de Guaranda ..	225
Gráfico 28. Edad de la Población económicamente activa de Guaranda.....	225
Gráfico 29. Nivel de educación de la Población económicamente activa de Guaranda	226

Gráfico 30. Ocupación de la Población económicamente activa de Guaranda	226
Gráfico 31. Aceptación al proyecto por parte de la Población económicamente activa de Guaranda	227
Gráfico 32. Movilización cotidiana de la Población económicamente activa de Guaranda	227
Gráfico 33. Movilización con fines recreativos de la Población económicamente activa de Guaranda	228
Gráfico 34. Lugares a visitar que prefiere la Población económicamente activa de Guaranda	228
Gráfico 35. Frecuencia del recorrido que ha escogido la Población económicamente activa de Guaranda	229
Gráfico 36. Precio a pagar que prefiere la Población económicamente activa de Guaranda	229
Gráfico 37. Aceptación de guianza por parte de la Población económicamente activa de Guaranda	230
Gráfico 38. Tópicos de guianza que la Población económicamente activa de Guaranda escoge	230
Gráfico 39. Medios de información que la Población económicamente activa de Guaranda utiliza	231
Gráfico 40. Género de los turistas nacionales	231
Gráfico 41. Edad de los turistas nacionales	232
Gráfico 42. Procedencia de los turistas nacionales	232
Gráfico 43. Nivel de educación de los turistas nacionales	233
Gráfico 44. Ocupación de los turistas nacionales	233
Gráfico 45. Frecuencia de viaje de los turistas nacionales	234
Gráfico 46. Gasto por viaje de los turistas nacionales	234
Gráfico 47. Forma de pago de los turistas nacionales	235
Gráfico 48. Aceptación al proyecto por los turistas nacionales	235
Gráfico 49. Aceptación de guianza por los turistas nacionales	236
Gráfico 50. Tópicos de guianza que prefieren los turistas nacionales	236
Gráfico 51. Lugares a visitar por los turistas nacionales	237
Gráfico 52. Servicios adicionales que prefieren los turistas nacionales	237
Gráfico 53. Precio a pagar por los turistas nacionales	238

Gráfico 54. Tiempo disponible para el recorrido de los turistas nacionales...	238
Gráfico 55. Frecuencia del recorrido de los turistas nacionales	239
Gráfico 56. Forma de pago de los turistas nacionales	239
Gráfico 57. Lugar de compra de los turistas nacionales.....	240
Gráfico 58. Medios de información que prefieren los turistas nacionales.....	240
Gráfico 59. Género de los turistas extranjeros	241
Gráfico 60. Edad de los turistas extranjeros.....	241
Gráfico 61. Procedencia de los turistas extranjeros	242
Gráfico 62. Nivel de educación de los turistas extranjeros.....	242
Gráfico 63. Ocupación de los turistas extranjeros	243
Gráfico 64. Frecuencia de viaje de los turistas extranjeros	243
Gráfico 65. Gasto por viaje de los turistas extranjeros	244
Gráfico 66. Forma de pago de los turistas extranjeros.....	244
Gráfico 67. Aceptación al proyecto por los turistas extranjeros.....	245
Gráfico 68. Aceptación de guianza por los turistas extranjeros.....	245
Gráfico 69. Tópicos de guianza que prefieren los turistas extranjeros	246
Gráfico 70. Lugares a visitar por los turistas extranjeros.....	246
Gráfico 71. Servicios adicionales que prefieren los turistas extranjeros.....	247
Gráfico 72. Precio a pagar por los turistas extranjeros.....	247
Gráfico 73. Tiempo disponible para el recorrido de los turistas extranjeros ..	248
Gráfico 74. Frecuencia del recorrido de los turistas extranjeros.....	248
Gráfico 75. Forma de pago de los turistas extranjeros	249
Gráfico 76. Lugar de compra de los turistas extranjeros	249
Gráfico 77. Medios de información que prefieren los turistas extranjeros	250

LISTA DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1. Autobús turístico para recorridos en Quito.....	38
Fotografía 2. Tranvía usado por el Metro Ligeró de Madrid. (Modelo similar para la ciudad de Cuenca).	42
Fotografía 3. Tranvía de San Francisco, California.....	44

I. DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE BUSES TURÍSTICOS TIPO TRANVÍA, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR

II. INTRODUCCIÓN

El transporte es una de las condiciones primordiales en el turismo, debido a que sin él no existiría ningún tipo de movilización y en consecuencia, no habría viajes ni actividades turísticas, es por esto que existe una íntima relación entre turismo y transporte, sabiendo que para llevar a cabo actividades turísticas, siempre se requiere del traslado de un lugar de residencia habitual a otro, generando múltiples interrelaciones de suma importancia económica y cultural. (Freile, S. 2012: 5)

En referencia a la historia, esa interrelación turismo-transporte tomó importancia a partir del siglo XIX cuando en Estados Unidos y Europa se comenzaron a utilizar los ferrocarriles, en las ciudades más populosas de ese entonces, para visitar museos y monumentos históricos. En el Ecuador, comienza a surgir el transporte turístico a partir de los años 80, ante el hecho de la visita de turistas extranjeros al país, teniendo como ciudades de mayor preferencia a Quito y Guayaquil. (Freile, S. 2012: 6)

Es así como se encuentra en esta actividad una interesante fuente de trabajo. A partir de esos inicios, se promueve la utilización de medios de transporte terrestre para apoyar recorridos turísticos, junto con el interés que comienza a desarrollarse entre los turistas nacionales.

Con respecto al turismo, el transporte es utilizado en viajes organizados (mediante un itinerario establecido por una empresa de turismo) o por voluntad propia de los individuos; el transporte por carretera es el más utilizado dentro de la estructura de consumo de los turistas en el país. Para tener una idea más clara sobre este tema, se indica el número de compañías de transporte turístico

terrestre en Ecuador al 2013, en base a un estudio realizado por regiones, el cual arrojó los siguientes datos:

- Región Sierra: el número es de 170, de un total de 230 compañías de transporte turístico terrestre registradas en el Ministerio de Turismo (MINTUR), lo que corresponde al 74% del total de compañías de transporte turístico terrestre en el Ecuador, con una capacidad para 11.244 pasajeros (asientos);
- Región Amazónica: con 1, equivalente al 0.43%, teniendo una capacidad para 24 pasajeros y,
- Región Costa: es de 49 que como resultado arroja el 21.30% con una capacidad para 3,772 pasajeros.

Cabe mencionar que en la región Insular no está registrada ninguna compañía de transporte terrestre. (Ministerio de Turismo - Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE. 2014: 25)

En lo que respecta a la provincia de Bolívar, la vialidad está en un proceso de mantenimiento y mejora, en especial para las zonas rurales de sus diferentes cantones, debido a que, anteriormente no existía ningún tipo de accesibilidad, razón por la cual sus pobladores tenían que realizar largas caminatas, retrasando y deteniendo la producción y comercialización de productos y servicios entre localidades.

La Agencia Nacional de Transito Dirección Bolívar se ha encargado de mejorar el servicio de transporte para solventar el déficit que tiene este tipo de facilidad. En el caso de la ciudad de Guaranda están registradas 7 operadoras de transporte, entre buses, taxis y camionetas. En promedio, en los 7 cantones de la provincia existen hasta 2 cooperativas en lo que a taxis se refiere. (Yépez, Patricio. 2013: 1).

Al reconocer que el turismo es un sector económico significativo para el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones anfitrionas, en Guaranda ha nacido la iniciativa de desarrollar y promover oferta turística, pretendiendo transmitir las tradiciones y atractivos tanto naturales como culturales de la ciudad, por medio de recorridos en **buses turísticos con apariencia de tranvías** destinados para este fin; impulsando un nuevo sistema de transporte que servirá de atracción para los turistas, cuyo perfil se caracteriza por la visitación de uno o dos días, con intereses por recorrer la ciudad, comprar suvenires y conocer el desarrollo productivo de la parroquia rural Salinas de Tomabela, además del involucramiento en las festividades locales, en especial el carnaval. (MINTUR, dirección Bolívar, 2014: 5).

Aunque esta facilidad se conforma como un medio de transporte turístico, no será exclusivo para este uso, sino que pretende convertirse en una alternativa de movilidad turística interna para todas las personas residentes en Guaranda, quienes pueden trasladarse a los distintos sectores de la ciudad y a su vez obtener un servicio de guianza turística, sin dejar de lado sus actividades cotidianas ni contratar tours en operadoras fuera de la provincia, inculcando así la valorización e importancia del patrimonio natural y cultural propio de los guarandeños, promoviendo la diversificación de la productividad de los negocios que se ofrecen a lo largo de estos recorridos, fomentando la importancia de brindar servicios de calidad, además del mejoramiento de las condiciones viales urbanas y socioeconómicas de la ciudad.

Este proyecto se fundamenta con un estudio de factibilidad para su implementación, herramienta que contiene procesos adecuados para desarrollar productos turísticos y permite tomar decisiones con respecto a su ejecución.

A. JUSTIFICACIÓN

Guaranda posee distintos atractivos naturales y culturales, cuyo potencial no ha sido aprovechado para integrar una oferta de calidad que se pueda realizar a lo largo de todo el año y no solo temporadas específicas, como en el caso del carnaval, que al ser el producto focal de la ciudad y del cantón, recibe una amplia cantidad de visitas y, alrededor de la cual se planifica toda la difusión y operación turística anual; dejando a un lado la posibilidad de atraer turistas que se interesen por conocer la diversidad y riqueza natural y cultural del sector, en fechas que no necesariamente, coincidan con las festividades locales.

Con la necesidad de diversificar la oferta turística de Guaranda, se requiere determinar la factibilidad de la implementación de autobuses turísticos que realicen recorridos por lugares atractivos de la ciudad, conformándose como un producto que pueda ser disfrutado periódicamente por turistas y guarandeños en general, más aún al tener el componente especial de ser buses especialmente diseñados como tranvías, lo cual constituye un atractivo turístico en sí mismo.

Se pretende que el desarrollo de esta investigación, sea un instrumento que ayude a fortalecer el turismo local, mediante el trabajo en conjunto de los sectores: público y privado, aprovechando la potencialidad turística con la que cuenta la ciudad, procurando satisfacer las necesidades de la demanda actual y dinamizar su economía.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo general

Determinar la factibilidad para la implementación de buses turísticos tipo tranvía, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

2. Objetivos específicos

- a.** Analizar la viabilidad comercial de la implementación de buses turísticos tipo tranvía, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.
- b.** Determinar la viabilidad técnica – ambiental de la implementación del proyecto.
- c.** Elaborar la viabilidad legal y administrativa del proyecto.
- d.** Establecer la viabilidad financiera del proyecto.

C. HIPÓTESIS

La implementación de buses turísticos tipo tranvía en el cantón Guaranda, es factible.

III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. MARCO CONCEPTUAL

1. Turismo

La Organización Mundial del Turismo OMT (2012) se refiere al turismo como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes, siendo turistas o excursionistas; residentes o no residentes. El turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

En cambio, para Ferrari, Gabriel (2013:16) el turismo es un sector específicamente económico y dinámico, que se encuentra en un proceso de fuerte reconfiguración, en el que la segmentación que hace la demanda, adquiere un protagonismo relevante en la configuración de productos turísticos.

2. Transporte

Es un sistema formado por múltiples elementos, siendo tres los fundamentales: infraestructura, vehículo y empresa de servicio que viene a constituir la actividad propiamente dicha. Estos elementos están siempre interrelacionados entre sí, pues ninguno de ellos podría ser útil, sin que los otros existiesen. Este sistema sirve de conexión entre distintos sectores productivos entre si y de éstos con los centros de consumo, además de accesibilidad a los distintos núcleos de población. (Cendrero, Benjamín. 2008:3).

Fernández, Francisco. (2005:44) concuerda con Cendrero, al proponer que el transporte es un sistema formado por elementos básicos que son: infraestructura, conjunto de vehículos en movimiento y organización o técnicas de movilización y gestión.

3. Autobús

Font, José. (2006:203) define al autobús como un automóvil concebido y construido para el transporte de personas, con capacidad para más de 9 plazas, incluido el conductor. Se incluye en este término el trolebús, es decir, el vehículo conectado a una línea eléctrica y que no circula por railes.

Una definición similar de autobús la propone Vega, Pilar. (2006:19) indicando que es un vehículo concebido y equipado para transporte de viajeros, con asientos y plazas para que los usuarios puedan viajar, permitiendo desplazamientos en distintas paradas.

4. Microbús

Un microbús es un automóvil concebido y construido para el transporte de personas, con capacidad máxima para 17 plazas. (Dietsche, Karl. 2005:884).

Al igual que Dietsche, para Arce, Bernardo. (2005:44) un microbús es un vehículo que transporta pasajeros, con capacidad para usuarios sentados y de pie; estos medios de transporte no pueden circular por carreteras, sino solo por rutas, estaciones o lugares de parada, determinados por el organismo encargado.

5. Ferry

Son aquellos barcos o naves que se caracterizan por el transporte de pasajeros como también de vehículos y cargas desde distancias medianas a cortas. Normalmente, el servicio de los ferrys es de ida y vuelta y los mismos operan sobre la base de un servicio permanente que puede contratarse a lo largo de todo el día, a diferencia de lo que sucede con otros medios de transporte tales como el avión o determinados trenes. (Definición ABC, 2009:6).

De igual manera, Potau, Sara. (2012:24) menciona que un ferry es un transbordador, conformado por un enjambre de barcos que circulan largas distancias comunicadas por mar.

6. Tranvía

Font, José (2006:203) define al tranvía como el vehículo que transita por railes instalados en la vía; en concordancia con lo planteado por Martínez, Fernando (2007:478) el mismo que sitúa al tranvía como una alternativa diferente a los autobuses, debido a que es un transporte de tipo público que circula por railes, siendo confortable, rápido, actual y seguro.

7. Autoferro

Se denomina autoferro o autocarril a un autobús adaptado para circular sobre raíles. Es útil en vías degradadas que no aceptan el paso de vehículos pesados. A veces el vehículo adaptado es un camión y se utiliza entonces el término "Ferro camión". (Ferropedia, 2015:1).

Al igual que la Ferropedia, la empresa de Ferrocarriles del Ecuador (2013:1), indica que un autoferro es un medio de transporte que circula por líneas férreas, por lugares turísticos determinados.

8. Bus tranvía

Se trata de una unidad de transporte autopropulsado ensamblada con todas las características que distinguen a un tranvía, entre ellas: parabrisas de 3 ventanas, puerta lateral con rampa de acceso; techo, asientos y otras partes interiores de madera, faldón de metal bajo que oculta los neumáticos, campana tradicional en lugar de claxon y parte frontal similar a la de un autoferro antiguo. El bus tranvía consta de un chasis para bus o trolebús, sobre el cual se monta una carrocería de tubería estructural con material galvanizado y apliques de madera y vidrio. (Chávez, Roberto. 2014:1).

9. Factibilidad

Para Hernández, Edgar. (2007:221) la factibilidad está relacionada con la idea de posibilitar una futura acción como capaz de realizarse, salvando distintas

limitaciones que pudieran presentársele. Dichas limitantes dependerán de la envergadura de esa acción y del entorno socioeconómico y físico donde habrá de desarrollarse.

Los criterios sobre factibilidad expuestos por Hernández no difieren tanto de lo indicado por Ramírez, Elbar (2005:44), el cual explica que factibilidad es un estudio que puede pronosticar con mayor certeza el rumbo de éxito o fracaso de una idea de negocio, si se lo realiza dentro de parámetros de alta calidad, dependiendo de la exigencia de sus emprendedores e inversores. Permite también conocer, de manera ordenada, en amplitud y profundidad, el nivel de productos a ofrecer.

B. MARCO TEÓRICO

1. Sistema turístico

Gómez, Belén (2005:10), manifiesta que el sistema turístico es el conjunto de elementos interdependientes que permiten su funcionamiento y que se encuentran en estrecha relación con la vida de todos los pueblos, ya sea su involucramiento como turistas o como anfitriones. El diseño de estos productos dependerá de la dinámica de la demanda, constituida por el número de personas que viajan o desean viajar.

En cambio, Cabarcos, Noelia (2006:5) considera como sistema turístico a aquellas personas jurídicas que desarrollan todo el conjunto de actividades destinadas al turista, teniendo como misión la organización y comercialización, en general, de este tipo de oferta, por medio de la suministración de publicidad e información turística.

a. Atractivos y actividades

Es el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés de un

visitante. Un atractivo es un bien intangible o tangible que provoca una motivación de visitación por parte de la demanda. (Gómez, Belén. 2005:10).

De igual manera, Quesada, Renato (2010:100) plantea que los atractivos y actividades turísticas son aquello que motiva y genera desplazamientos de las personas hacia un lugar, son considerados como la materia prima del turismo.

b. Infraestructura social

Agua potable, saneamiento ambiental, energía eléctrica, comunicaciones, vialidad, seguridad ciudadana. La responsabilidad de la dotación de dichos servicios básicos recae en manos de los gobiernos local y nacional. (Arizpe, Oscar. 2012:455).

El criterio de Arizpe, Oscar con respecto a la infraestructura social, coincide con el de Esteban, Alfonso (2012:15), el mismo que la define como el conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para la creación y funcionamiento de una organización cualquiera. Son servicios básicos de carácter público y están dirigidas al beneficio de toda una colectividad; comprenden: acueductos, energía, comunicaciones, sanidad, seguridad, educación, transporte, obras urbanas, etc.

c. Planta turística

Conocida también como la estructura productiva del turismo o las facilidades turísticas, ya que por medio de sus servicios se hace posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento. Está constituida por el equipamiento, esto es: alojamiento, alimentación, recreación, transporte, guianza, etc.; a esto se suman las instalaciones, entendidas como el conjunto de facilidades provistas con el propósito de que, con ellas, los turistas puedan disfrutar la práctica de singulares actividades, entre ellas encontramos de agua y playa, de montaña, y generales. (Saavedra, Elizabeth. 2005:12).

La planta turística está conformada por los servicios que proporcionan los prestatarios turísticos (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, etc.), también es conocido como la estructura productiva del turismo, ya que por medio de sus servicios se hace posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento de los atractivos y actividades de un lugar. (Cebrián, Francisco. 2008:129)

d. Supraestructura

Conformada por el conjunto de organismos que, de manera directa e indirecta, están involucrados en la organización y funcionamiento del turismo. Tienen como función propiciar por todos los medios a su alcance, el óptimo funcionamiento de los tres primeros elementos que en su conjunto forman el producto turístico de una localidad. (Grandío, Antonio. 2005:118).

Al igual que lo propuesto por Grandío, Esteban, Alfonso (2012:18) explica que la supraestructura es la responsable de la organización y del óptimo funcionamiento del sistema turístico. La coordinación de esfuerzos e iniciativas públicas, empresariales y gremiales, es menester para lograr cumplir los objetivos y metas de quienes la integran y procuran la optimización de su labor, para que el turismo sea bien dirigido, se fortalezca y beneficie a todos por igual.

2. Producto turístico

Es todo aquello que se puede ofrecer a un mercado turístico para que se adquiera, se use, se consuma o se le preste atención, con el objetivo de satisfacer un deseo o una necesidad. (Publicaciones Vértice, 2008: 43)

Borja, Luis (2006:39, 40) indica que el producto turístico es lo que se produce para facilitar los viajes, es decir, comprenden todos los bienes o servicios resultantes de la actividad económica de un individuo, empresa, industria o nación, dedicadas al turismo. Por lo tanto, el producto no es sólo un asiento en un avión o una habitación en un hotel, o el descanso en una playa, sino la amalgama de numerosos componentes intangibles de un paquete tangible.

a. Características del producto turístico

Langeard, Eiglier (2005:20) indica que la doctrina sobre marketing de servicios es relativamente unánime al reconocer cuatro características básicas que se pueden atribuir a los servicios de forma genérica: intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad.

1) Intangibilidad

Los servicios, aun cuando en su mayoría requieren para su desarrollo bienes tangibles, son en sí mismo intangibles; sin embargo, esta intangibilidad tiene que estar ligada a la oferta de productos tangibles, como la disponibilidad de una cama donde dormir, comida, etc. Esta circunstancia hace que el producto turístico se defina como una combinación de productos tangibles e intangibles que dan como resultado un servicio complejo que deja una experiencia o sensación tras su consumo. (Publicaciones Vértice, 2008. Pág. 44)

Muñoz, Francisco (2005:145) propone además que el hecho de la intangibilidad dificulta otros aspectos de diferenciación de la oferta de una empresa de la de sus competidores, implica estrategias específicas de comunicación y dificulta la evaluación del mismo por parte del consumidor.

2) Inseparabilidad

Alcázar, Benjamín (2006:20,21) menciona que la inseparabilidad o simultaneidad entre la producción y el consumo hace que el producto se compre antes de que se produzca o consuma; esta circunstancia implica que los clientes reciben y consumen los servicios en el lugar donde éstos se generan, es decir, en la propia fábrica de la empresa, originándose además un contacto directo entre el prestador del servicio y el turista.

Con respecto a la inseparabilidad, Bigné, Enrique (2005:229) explica que resulta difícil separar el momento de producción del servicio del momento de su

consumo, como en el caso de un trato amable del personal de un hotel o un restaurante.

3) Heterogeneidad

Resulta difícil producir dos productos de idénticas características; en el momento que se preste el servicio, el personal que atienda al consumidor, las necesidades de cada cliente, las características del servicio o incluso las condiciones ambientales hacen prácticamente imposible estandarizar totalmente la prestación de servicios turísticos. (De la Calle, Manuel. 2006: 24)

En cambio, Muñoz, Francisco (2005:145) menciona que un producto turístico está integrado por una gran variedad de productos y servicios. Esta situación hace que ante una alteración, tanto de la demanda como en el establecimiento, se pueda aumentar o reducir los servicios que integran el producto turístico sin que ello suponga una insatisfacción del cliente.

4) Caducidad

Como consecuencia de su propia intangibilidad, los servicios en general, y el turismo en particular son productos que no son susceptibles al almacenamiento. Esta característica es especialmente relevante en aquellos casos donde existe demanda con altas fluctuaciones. (Alcázar, B. 2006. Pág. 21)

A manera de complemento, Publicaciones Vértice (2008) menciona que los establecimientos turísticos tratan de solucionar la caducidad de sus productos, mediante la adopción de diversas medidas, entre las que consta la alteración del precio de los productos turísticos de acuerdo a la estacionalidad marcada de acuerdo a la demanda por temporadas alta y baja.

3. Modalidades de turismo

a. Turismo cultural

El turismo cultural es practicado por quienes viajan motivados por el disfrute y la permanencia en aquellos lugares donde el arte y la cultura se manifiestan notoriamente y por encima de otros recursos turísticos.

Lo que hace el turista es conocer, disfrutar o estudiar rasgos específicos o combinados (historia, arqueología, arquitectura, religión filosofía, política, etnología, entre otros). (Quesada, Renato. 2010:101)

De igual manera, Gómez, Miguel (2005:31) Consiste en realizar y organizar un viaje con una propuesta de contenido territorial o temático para llevar a cabo actividades que permiten experimentar la cultura y las diferentes formas de vida de otras personas y, como consecuencia, conocer y comprender sus costumbres, tradiciones, lugares u otra significación cultural.

b. Turismo deportivo

Quienes viajan dentro de esta modalidad, lo hacen motivados por tres circunstancias principales distintas:

Participación como espectadores de eventos deportivos internacionales.

Disfrutar, aprender o participar de alguna actividad deportiva.

Para participar en competencias deportivas. (Peral, Blanca. 2005:133)

Olmos, Lourdes (2011:88) reconoce que este tipo de turismo lo realizan aquellas personas cuya actividad principal se basa en la práctica de algún deporte o bien la asistencia a algún evento deportivo.

c. Turismo de ocio o placer

Este tipo de turismo es masivo, pues las personas viajan con el propósito de hacer lo que les gusta en el destino elegido. De este modo, las actividades que los turistas realizan como conocer lugares distintos, hacer compras, jugar, bailar, broncearse, visitar parques temáticos y de atracciones, nadar, caminar, etc., sirven para su distracción. (Francesc, Josep. 2005:43)

Bigné, Enrique (2005:217) propone que en este tipo de turismo, es el cliente el que decide el destino y a su vez utiliza los servicios, en donde la experiencia es relativamente menor y por ende la exigencia también es menor.

d. Turismo de salud

Lo practican las personas que viajan a un destino caracterizado, por sus especiales condiciones y facilidades para el descanso y la recuperación, o para recibir un tratamiento que mejore las deficiencias físicas, estéticas o de salud en general que les aquejan. A estas personas se las llama curistas. (Silega, Garis. 2010:15)

e. Turismo de congresos y convenciones

Esta modalidad consiste en los viajes que se realizan para asistir a reuniones de diversa índole, donde se combinan las sesiones de trabajo con los recorridos turísticos que se programen o con las actividades y tours que se ofrecen como opcionales. (Quesada, Renato. 2010:105)

Peral, Blanca (2005:132) asegura que el turismo de congresos y convenciones augura un futuro de posibilidades tanto económicas como en materia de empleo, debido a que se puede fomentar este tipo de turismo incluyendo a modalidades como el cultural, aventura, ambiental, etc., aunque es una de las tipologías que refleja un mayor índice de gastos.

f. Turismo naturalista

Lo realizan personas motivadas por conocer, disfrutar o estudiar un recurso natural singular o característico de un destino. Según sea el grado de interés así será el nivel de especialización que puede alcanzar esta modalidad. (Hernández, Javier. 2008:106)

Con respecto al turismo de naturaleza, Cebrián, Aurelio (2007:240) explica que es una forma de turismo inspirada por la forma natural de un área, incluyendo sus culturas. Las personas se dedican al disfrute de la naturaleza de forma activa, con el objetivo de conocer e interpretar los valores naturales y culturales existentes en estrecha interacción e integración con las comunidades locales.

g. Ecoturismo

Es el viaje medioambientalmente responsable, a áreas relativamente poco alteradas, para disfrutar y apreciar la naturaleza a la vez que se promueve la conservación, tiene un bajo impacto ambiental y proporciona un beneficio socioeconómico a la población local. (Pérez, Mónica. 2008:22)

Jiménez, Luis (2013:2) menciona que el Ecoturismo logra que las áreas naturales sean percibidas como “un hogar para todos” en un sentido planetario, y como “un hogar para los residentes locales” en su significado específico. Permite minimizar el impacto negativo tanto en el medio ambiente natural como en los habitantes locales.

Por otro lado, el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para el Ecuador (2009:14) propone una clasificación de los tipos de turismo, planteada a partir de las motivaciones de las personas que han visitado y visitan el país, tienen para realizar sus viajes.

Cuadro 1. Líneas y variedades de productos turísticos del Ecuador

Turismo de Sol y playa	Sol y playa
Turismo comunitario	Turismo comunitario
Turismo cultural	Patrimonios naturales y culturales Mercados y artesanías Gastronomía Shamanismo Fiestas populares Turismo religioso, urbano y arqueológico Turismo científico, académico, voluntario y educativo Haciendas históricas
Parques temáticos	Parques temáticos
Ecoturismo	Parques nacionales Reservas y bosques privados Ríos, lagos, lagunas y cascadas Observación de flora y fauna
Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres, fluviales, aéreos y acuáticos
Turismo de salud	Termalismo Medicina ancestral SPA
Agroturismo	Haciendas, fincas y Plantaciones
Turismo de convenciones y congresos	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias
Turismo de cruceros	Cruceros

Fuente. PLANDETUR 2020, 2009

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.

4. Transporte turístico

Quesada, Renato (2010:203) manifiesta que el transporte constituye una condición indispensable para el turismo, pues sin él los traslados no serían posibles y en consecuencia no habría viajes ni turismo.

La selección de medios de transporte está condicionada por diversos aspectos como: ubicación y accesibilidad del destino, conveniencia (confort, rapidez,

seguridad, costo), características del usuario (edad, ingresos, educación) y propósito del viaje (negocios, placer, aventura, etc.).

De igual manera, Torres, Enrique (2006:110) indica que esta actividad es consustancial con el turismo, se ha desarrollado básicamente utilizando las rutas, medios e infraestructuras del transporte de pasajeros y mercancías preexistentes, hasta que el turismo ha tomado carta de naturaleza.

a. Transporte acuático

Para Rasero, Juan (2008:25) el transporte acuático se encuentra también, junto con el ferrocarril, en el origen del turismo organizado, que empieza a perder importancia con el crecimiento del turismo en masas. Sin embargo, ha vuelto a cobrar entidad a causa de la construcción de grandes barcos vacacionales (turismo de cruceros) y de la promoción de este tipo de vacaciones.

Mitre, María (2006:147) propone que el transporte acuático abarca todo tipo de transporte por agua, ya sea marítimo, fluvial o lacustre y ofrece servicios, tanto de transporte de mercancías como de pasajeros.

1) Transporte marítimo

Tiene cruceros turísticos, especialmente los realizados por el Caribe, en donde el turista encuentra, tanto abordo como en los destinos visitados, todo lo necesario para disfrutar a plenitud lo que únicamente este medio de transporte y forma de destino ofrecen.

Es utilizado por necesidad (islas o lugares solo accesibles por mar), motivaciones turísticas (placer, descanso, pesca, buceo) o conveniencia como ferris. (López, Andrés. 2006:20)

2) Transporte lacustre

Su utilización turística se ve suspendida principalmente a los recorridos o excursiones que se realizan en su perímetro o porque se desea visitar un destino que es solamente accesible por vía lacustre. (PNUD. 2005:211)

3) Transporte fluvial

Los ríos navegables son vías de comunicación que proporcionan la oportunidad de disfrutar de gran variedad de paisajes (urbano, rural, industrial, natural, agrícola) existentes en sus riberas. Las embarcaciones con que se cuenta para su recorrido varían según sean sus propósitos. (UNCTAD. 2008:110).

b. Transporte aéreo

Torres, Enrique (2006:112) manifiesta que el transporte aéreo se ha convertido, a pesar de las ventajas relativas que puedan tener otros medios en determinadas distancias y mercados, en la base principal del transporte turístico. Los avances tecnológicos que continuamente han ido apareciendo han permitido, gracias al uso de este medio de transporte, el surgimiento y desarrollo de nuevos destinos y ofertas de productos en los más alejados rincones del planeta.

Con similares criterios, Pazos, Luis (2006:24) indica que el transporte aéreo es el medio de transporte de pasajeros y turistas internacionales más destacado. Su desarrollo no solo ha acortado distancias, sino que ha coadyuvado en gran medida al notorio crecimiento, consolidación y democratización del turismo moderno. Es el medio de transporte por excelencia y el más utilizado para unir las regiones emisoras y receptoras del turismo internacional.

c. Transporte terrestre

Según Rodríguez, Juan (2007:126) el transporte terrestre también ha sido protagonista del despegue del turismo en el mundo, ya que otorgó la posibilidad de trasladarse a los individuos, lo cual trajo consigo un elevado grado de flexibilidad e independencia de los horarios de los transportes públicos y resultaba económico, en especial si lo utiliza una unidad familiar; pero también tiene limitaciones como su relativa incomodidad y limitado radio de acción.

Para Hernández, Gloria (2005:17) existen dos elementos de transporte terrestre: vía férrea y carretera. Ambos son vitales, pues una gran parte de atractivos y servicios turísticos de un destino son accesibles por vehículos terrestres.

1) Transporte ferroviario

Se utilizan generalmente en grandes extensiones de territorio, con redes que comunican ciudades entre sí.

Brinda comodidad y diversidad de servicios, no solo abordo, sino también en las terminales (bares, restaurantes, tiendas, transporte público, diversiones), descuentos promocionales, seguridad y disfrute del paisaje (urbano, rural, natural).

Los viajes en tren por motivaciones de turismo son muy populares entre las personas que encuentran en estos medios de transporte una oportunidad para conocer la mutabilidad de países que solo el ferrocarril da la posibilidad de recorrer. (López, Andrés. 2006:23)

2) Transporte por carretera

Según la ubicación y condiciones del destino visitado, las personas pueden viajar en sus propios autos o alquilarlos a una empresa local; pueden utilizar el

transporte público (taxis, autobuses) o bien, participar en un recorrido organizado por un turoperador.

Cumplen un papel vital como transporte alternativo del tren y avión, pues a pesar de la conveniencia que ofrecen, su costo, en particular el avión, no puede ser cubierto por todos y es entonces cuando el autobús cobra mayor relevancia. (Hernández, Gloria 2005:18)

a) Autobuses modernos

Ofrecen a sus pasajeros todo el confort necesario, para que disfruten plenamente los trayectos por donde circulan. Así, en todo el mundo se hacen constantes mejorías en estos vehículos, cuyas flotillas se deben renovar con regularidad, especialmente aquellas que operan en las rutas más turísticas o que son utilizadas exclusivamente por los turistas. (Sant'Anna, José. 2006:82)

5. Estudio de factibilidad

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2005), propone la definición de un estudio de factibilidad, el cual se prepara para atender necesidades que, con alguna frecuencia, pueden requerir orientaciones generales diferentes.

El primer, y más importante objetivo de un estudio debe ser proporcionar información adecuada y suficiente para que los inversionistas potenciales tengan elementos de juicio suficientes para tomar la decisión de adelantar o descartar el proyecto propuesto.

El segundo objetivo es servir de soporte ante las entidades financieras para las solicitudes de crédito que se presenten, y debe incluir básicamente los resultados de la alternativa seleccionada.

Un estudio de factibilidad debe analizar, por lo menos, los aspectos relacionados con el mercado (oferta y demanda), localización geográfica, viabilidad técnica (ingeniería y presupuestos), viabilidad y conveniencia financiera, organización administrativa y técnica necesaria. (IICA, 2005: 49).

a. Estudio de mercado

Martínez, Oscar (2006:72) indica que el estudio de mercado abarca la investigación de algunas variables sociales y económicas que condicionan el proyecto aunque sean ajenas a este. Entre ellas se pueden mencionar factores como el grado de necesidad o la cuantía de la demanda de los bienes o servicios que se quieren producir; las formas en que estas necesidades se han venido atendiendo; la influencia que en estos aspectos tienen instrumentos como los precios y tarifas.

Ferré, José (2007: 19) propone que el estudio de mercado aporta información valiosa sobre volumen, precios y calidades de bienes que demandan determinadas regiones y su utilidad es innegable para ayudar a orientar las acciones de empresas y organismos nacionales.

La finalidad del estudio de mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios.

1) Análisis de demanda

Se debe identificar el segmento de mercado al cual se va a dirigir el producto o servicio, este se convierte en el universo de estudio, que se estratificará mediante la muestra. Luego de encontrar los datos antes mencionados, se elabora un instrumento para la recolección de la información del análisis de la demanda que puede ser una entrevista o encuesta; y para finalizar, serán sistematizados a manera de perfil del potencial consumidor o cliente.

Conociendo la demanda actual para el producto o servicio se procede a la proyección anual de la misma. (Martínez, Oscar. 2006: 72,73)

Arboleda, Gabriel (2005: 593) propone la técnica de muestreo desarrollada a continuación:

a) **Muestreo**

Es una herramienta de la investigación científica, su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población.

b) **Tamaño de la muestra**

La búsqueda de la información se hace por medio de dos fuentes: primaria y secundaria, en orden inverso, es decir que primero buscamos la información bibliográfica y según las necesidades que se presenten vamos a identificar el tipo e información de campo que vamos a buscar y obtener. Para obtener información primaria nos vamos a centrar en los tipos de variables que se manejará (análisis de la demanda- oferta), después identificar el universo y de esta manera se elegirá la muestra.

La muestra se define mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot (p \cdot q)}{\left[(N-1) \left(\frac{e}{K} \right)^2 \right] + (p \cdot q)}$$

n = Tamaño de la muestra

N= Universo de estudio

p = Probabilidad de ocurrencia

q= Probabilidad de no ocurrencia

e = Margen de error

z= Nivel de confianza

Dependiendo de la clase de información que se va a obtener se dará la distribución de la muestra. Para que la muestra sea significativa debe guardar las características del universo. (Arboleda, Gabriel. 2005: 593).

2) Análisis de competencia

El análisis de los competidores debe determinar cuál es o cuál va a ser el porcentaje de participación en el mercado de nuestra competencia, para ello se requiere conocer sus principales características, fortalezas y debilidades en relación a los productos y servicios.

Los aspectos que son indispensables para analizar de la competencia son:

- Quiénes son, cuántos son, dónde están (emplazamiento) y como ofrecen sus servicios.
- Ventajas y desventajas en cuanto al precio, calidad, agilidad, amabilidad entre otros, es decir clarificar nuestras ventajas competitivas.
- Segmento de mercado que atiende y su participación porcentual en ese mercado.
- Información relacionada al nivel de las ventas de la competencia y el tipo de clientes que atiende.
- Tipo de tecnología que aplican y su capacidad instalada.
- De qué manera utiliza los mecanismos de promoción y publicidad, por ejemplo conocer a fondo sus catálogos de servicios y canales de comunicación con su clientela.
- Conocimiento de la oferta de sus servicios, las formas de prestación y pago de los mismos. (Grajales, Guillermo. 2006: 35).

3) Confrontación oferta demanda

El balance demanda-oferta, es la determinación de la demanda insatisfecha, que consiste en la diferencia entre la demanda y la oferta potencial. Si esta diferencia resulta negativa, entonces se considera que el mercado tiende a ser desfavorable. Si resulta positiva, se considera que el mercado del producto o servicio puede ser favorable, y entonces se procede a determinar la demanda objetivo del proyecto, que normalmente es un porcentaje (menor al 100%), del balance, si éste resultó favorable. (Miranda, Juan. 2006:102).

b. Estudio técnico

Meza, Jhonny (2013:23) propone que un estudio técnico guía la posibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende. Además de que también se puede analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción del proyecto deseado. Pretenden resolver las preguntas referentes a dónde, cuando, como y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico- operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

Errosa, Victoria (2005:100,102) expone las etapas del estudio técnico a continuación:

1) Determinación del tamaño óptimo de la planta

Esta parte del estudio es de gran importancia, ya que se debe aclarar que no existe un método preciso y directo para hacer el cálculo. El tamaño también depende de los turnos trabajados para un cierto equipo instalado, la producción varía directamente de acuerdo con el número de turnos que se trabaje.

2) Localización óptima del proyecto

En esta etapa es necesario no solo tener en cuenta factores cuantitativos, como pueden ser los costos de transporte de materia prima y el producto terminado, sino también los factores cualitativos tales como los apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad y otros.

3) Ingeniería del proyecto

Esta parte ayuda decidir entre los diversos procesos productivos opcionales, que son básicamente los muy automatizados y los manuales. La elección de alguno de ellos dependerá en gran parte de la disponibilidad de capital. En esta parte también se toma en cuenta el análisis y la selección de los equipos necesarios. (Errosa, Victoria. 2005:100,102)

c. Estudio ambiental

1) Evaluación de impacto ambiental

Pardo, Mercedes (2006:27) propone que una evaluación de impactos ambientales es un instrumento de planificación y gestión ambiental cuyo objetivo es la prevención de daños al ambiente mediante la prevención a priori, que se aplica y reconoce como tal en muchos países por gobiernos centrales y locales; y además está en constante ampliación, la misma que se refiere a dónde se aplica y el tipo de aplicación, ya que se está ampliando no sólo a un mayor número de proyectos sino también a la evaluación ambiental de políticas, programas y planes de desarrollo.

2) Matriz de Lázaro Lagos

a) Concepto

Caballero, Verónica (2006:18,20), explica el concepto de la matriz de Lázaro Lagos y los parámetros que utiliza para evaluar impactos ambientales, a continuación.

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

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

b) Parámetros para la Evaluación de Impactos Ambientales

i. Naturaleza

Dependiendo si el impacto es positivo se marcará con un signo (+) o de lo contrario de ser negativo se marcará con (-)

ii. Magnitud

- 1 Baja intensidad. Cuando el área afectada es menor a 1 ha.
- 2 Moderada intensidad. Cuando el área afectada está entre 1 a 10 has
- 3 Alta intensidad. Cuando el área afectada es mayor a 10 has.

iii. Importancia

- 0 Sin importancia
- 1 Menor importancia
- 2 Moderada importancia
- 3 Importante importancia

iv. Certeza

- C Si el impacto ocurrirá con una probabilidad del 75%
- D Si el impacto ocurrirá con una probabilidad de entre 50 a 75%
- I Si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto.

v. Tipo

(Pr) Primario. Si el impacto es consecuencia directa de la implementación del proyecto.

(Sc) Secundario. Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación del proyecto.

(Ac) Acumulativo. Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos.

vi. Reversibilidad

- 1 Reversible. Si el impacto es transformable por mecanismos naturales
- 2 Irreversible. Si el impacto no es transformable por mecanismos naturales

vii. Duración

- 1 A corto plazo. Si el impacto permanece menos de 1 año
- 2 A mediano plazo. Si el impacto permanece entre de 1 a 10 años
- 3 A largo plazo. Si el impacto permanece más de 10 años

viii. Tiempo en aparecer

C Corto plazo. Si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros seis meses posteriores a la implementación del proyecto.

M Mediano plazo. Si el impacto aparece entre 9 meses a 5 años después de la implementación del proyecto.

L Largo plazo. Si el impacto aparece en 5 años o más a la implementación del proyecto.

ix. Considerado en el proyecto

S Sí. Si el impacto fue considerado en el proyecto

N No. Si el impacto no fue considerado en el proyecto

Posteriormente se debe determinar el sistema de mitigación más adecuado dependiendo del estado de conservación y del medio ambiente en general. (Caballero, Verónica. 2006: 18,20)

3) Matriz de Leopold

Pardo, Mercedes (2006:138,139) plantea que la matriz de Leopold consiste en un cuadro de doble entrada cuyas columnas están encabezadas por una amplia redacción de factores ambientales, y cuyas entradas por filas están ocupadas por otra relación de acciones causa de impacto. La matriz es una forma de sintetizar y visualizar los resultados de los estudios ambientales; así la matriz de Leopold tiene sentido cuando va acompañada de una explicación sobre los impactos identificados, de su valor, medidas para mitigarlos y del programa de seguimiento y control.

Cuando se comienza el estudio se tiene la matriz sin rellenar las cuadrículas. Se va mirando una a una las cuadrículas situadas bajo cada acción propuesta y se ve si puede causar impacto en el factor ambiental correspondiente. Si es

así, se hace una diagonal. Cuando se ha completado la matriz se vuelve a cada una de las cuadrículas con diagonal y se pone a la izquierda un número de 1 a 10 que indica la magnitud del impacto. 10 la máxima y 1 la mínima (el 0 no vale). Con un + si el impacto es positivo y – si negativo. En la parte inferior derecha se califica de 1 a 10 la importancia del impacto, es decir si es regional o solo local, etc. (Pardo, Mercedes. 2006: 138, 139)

Elementos y características ambientales			Aducciones propuestas causantes de posibles impactos ambientales										
			Modificación del régimen		Transformación del suelo			Cambios en el tráfico		Localización de vertidos			
			Tala y destrucción	Pavimentación	Construcción de edificios	Líneas comunicación eléctrica	Desmonte y terraplén	Efectos mecánicos del pisoteo	Ruidos y emanaciones de vehículos	Descarga de efluentes líquidos	Construcción de losas sépticas		
Características físicas y químicas	Tierra	Suelos	3/5	2/10	1/10	1/1	3/7	7/2			1/8	18/43	21/67
		Factores físicos singulares		1/10	1/10	1/4						3/24	
	Agua	Calidad agua superficial	1/2				1/1			5/6		8/9	
		Calidad agua subterránea									1/3	1/3	12/17
Procesos	Erosión	3/6				2/7	4/4				9/17	17/17	
Condiciones biológicas	Flora	Árboles	2/10				1/3	3/3				6/14	27/45
		Arbustos	3/10				1/5	4/1				10/16	
		Estrato herbáceo	3/8				7/7	5/2				11/15	
	Fauna	Aves	3/8		1/4	1/2			3/1			8/15	38/70
		Especies terrestres	3/7	2/2	1/1		2/1	3/1	3/1			14/13	
		Especies acuáticas								6/8		6/8	
		Especies en peligro	3/10	1/1	1/10		3/3		3/8	1/2		10/34	
Factores culturales	Usos del suelo	Agricultura de secano	2/10	1/10		3/10	1/5				7/35	7/35	
	Intereses estéticos y humanos	Paisaje (vistas)	5/7	4/5	3/7	2/5	5/3	3/2				22/29	44/65
		Naturalidad	3/2	7/7	1/8	1/4	3/4	7/4	4/4	1/4	3/3	22/36	
Magnitud del Impacto			32/46	14/45	10/60	7/19	21/35	40/30	15/17	14/19	2/11		
Importancia												155/311	
				120			114		47		30		

Gráfico 1. Matriz de Leopold
Fuente. Pardo, Mercedes, 2006.

d. Estudio legal administrativo

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2005) ha propuesto que el análisis administrativo se refiere a la forma de realizar las cosas en un proyecto, es decir, cómo se va a administrar los recursos con que se cuenta. Define la actividad ejecutiva de la administración: organización, procedimientos administrativos y aspectos legales.

Elementos que integran un estudio administrativo

1) Antecedentes

Se presenta una breve reseña de los orígenes de la empresa y un esquema tentativo de la organización que se considera necesaria para el adecuado funcionamiento administrativo del proyecto se plasma los objetivos de la empresa así como sus principales accionistas.

2) Organización de la empresa

Se debe de presentar un organigrama de la institución donde se muestre su estructura, dirección y control de funciones para el correcto funcionamiento de la entidad. Los puestos creados deberán de contar con sus respectivos perfiles y análisis de puestos, para así evitar confusiones en las tareas asignadas a cada individuo, así como detallar las responsabilidades de cada uno de los puestos.

3) Aspecto legal

Se tienen que investigar todas las leyes que tengan injerencia directa o indirecta en la diaria operación de la empresa, ya sea la Ley del Trabajo, La Ley del Impuesto Sobre La Renta y demás leyes que pudieran afectar su operación.

4) Marco legal

Dentro de cualquier actividad en la que se quiera participar existen ciertas normas que se deben seguir para poder operar. Las mismas que son obligatorias y equitativas. (IICA, 2005: 60,61).

e. Estudio económico

Según Sendín, Enrique (2006:18) el estudio económica es uno de los elementos fundamentales a la hora de decidir la viabilidad de los proyectos es su análisis económico. En todos los proyectos, determinados desde una perspectiva económica, se tienen tres elementos monetarios importantes que son: inversiones, gastos e ingresos.

1) Inversiones

Se refieren a los gastos en material que son amortizables a lo largo de los años. Su sentido es el de gastos de cuantía importante, en elementos que son realmente un patrimonio.

2) Gastos

Se refieren a las salidas de dinero en que se incurren a lo largo de los años para dar un servicio o crear un producto. Estos gastos se suelen dividir entre recurrentes (los que se produce aunque no exista actividad en la empresa) y los operativos (en los que se incurre por el hecho de que la empresa fabrique, venda etc.).

3) Ingresos

Se refieren a las entradas de dinero referidas a los resultados del proyecto. (Brusola, Fernando. 2009:36,38).

f. Estudio financiero

Cohen, Ramón (2009:31,32) propone que el estudio financiero permite conocer la rentabilidad del proyecto a largo plazo, se realiza en base al cálculo del Flujo de Caja, Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio – Costo y el período de Recuperación de la Inversión.

Mientras en el análisis económico consideramos ventas y gastos (transacciones económicas), en el análisis financiero consideramos ingresos y egresos (flujos reales de dinero hacia y desde la empresa).

1) Flujo de caja

Para Navarro, Diego (2006:149) el flujo de caja es cuando genera un movimiento permanente de entradas y salidas de recursos económicos, representa la previsión, el control o el registro de este movimiento durante un período determinado. En sí es una proyección de liquidez del negocio que registra las entradas y salidas de efectivo, antes y después del inicio de operaciones.

Se obtiene de la suma de los ingresos totales actualizados menos los egresos totales actualizados.

$$\text{Factor de actualización} = \frac{1}{(1+i)^n}$$

Flujo de Caja= Ingresos Actualizados – Egresos Actualizados

2) Valor Actual Neto

Según Hamilton, Martín (2005:172) el VAN se define como el valor actualizado de todos los flujos de caja esperados (positivos o negativos, si son negativos existe necesidad de financiación, pero esto en la fórmula se obvia asumiendo que se dispone de dinero desde el principio para cubrir los posibles gastos

negativos), es decir la diferencia entre los cobros y los pagos originados, en el valor actual.

Se valora también sobre los flujos de caja, y mide en el momento de hoy la cantidad de dinero actualizada (excluida la cantidad invertida) que se recibe por el dinero que en su día se invirtió. Precisa de un dato, que es la Tasa de descuento o el tipo de interés considerado por la empresa para sus inversiones, de modo que se pueda valorar con realismo el dinero “generado o ganado” por el negocio, más allá de una posible inversión alternativa (en un banco por ejemplo).

$VAN = \text{Sumatoria de Ingresos descontados} - \text{Sumatoria de desembolsos descontados}$.

3) Tasa interna de retorno o rendimiento (TIR)

Fernández, Saúl (2007:132) considera que la TIR es el tipo de rendimiento que anula el VAN, de modo que evaluando este TIR frente a los criterios de rendimiento financiero de la empresa, podamos determinar si la inversión merece o no la pena. El TIR es un concepto teórico que busca la tasa que iguala la inversión puesta a un tipo de interés desde el momento cero, con los resultados año a año, puestos a ese mismo tipo de inversión. Este cálculo requiere otras consideraciones, sencillas si todos los márgenes de los años son positivos, y que deben tener en cuenta otras consideraciones si son negativos (necesidades financieras).

$$TIR = i1 + (i1 - i2) \frac{VAN 1}{VAN 1 - VAN 2}$$

4) Período de recuperación

Haime, Luis (2005:255) el periodo de recuperación de la inversión se define de forma simple como el tiempo que debe pasar para que el resultado de ingresos y gastos a lo largo de los años, compense la inversión realizada. En este período primar el criterio de liquidez (no de rentabilidad, es decir, el beneficio que se logra una vez que la inversión ha sido recuperada) y no considera la depreciación del dinero con el tiempo.

Además viene marcado por el punto concreto en que la caja se pone en 0, es decir cuando comenzamos a “ganar dinero”, más allá de lo que diga el Beneficio (que tiene en cuenta las amortizaciones).

Para obtener el período de recuperación del capital, se divide lo siguiente:

$$PRI = I_0 / (\text{€ FEA}/n)$$

I_0 = inversión Inicial

€ FEA = sumatoria de los flujos de efectivo actualizados

n = vida útil del proyecto

5) Relación Costo/Beneficio

Cuando los resultados y costos del proyecto pueden traducirse en unidades monetarias, su evaluación se realiza utilizando la técnica del Análisis Costo-Beneficio (ACB). Así sucede en los proyectos económicos. (Haime, Luis. 2005:255)

$$B/C = \frac{\text{Sumatoria de Ingresos actualizados}}{\text{Sumatoria de Egresos actualizados}}$$

C. MARCO CONTEXTUAL

1. La experiencia en Ecuador

a. Autobuses turísticos tipo tranvía en Quito

Se trata de la incorporación de un servicio turístico que recorrerá los lugares más visitados de Quito abordo de un autobús tipo tranvía, que simula un recorrido en este tradicional modelo que hasta el siglo XVIII existió en la capital y en Guayaquil.

El diseño del bus empezó en agosto de 2013 y el ensamblaje se terminó en diciembre del mismo año. Después de esto, el vehículo pasó satisfactoriamente la primera prueba en el centro de Quito.

En la parte interior, lo que más llama la atención es el diseño de los asientos que, a pesar de ser de madera, cuentan con sus respectivos cinturones de seguridad, accesos individuales a las ventanas y cojines cómodos cubiertos de piel que facilitarán a los viajeros un recorrido confortable y suave.

Las lámparas y focos, ubicados en el techo, parte lateral de los asientos y pasillo decoran la unidad y aumentan la sensación de estar viajando en un verdadero tranvía.

El diseño, ensamblaje, montaje, pintado, pulido y acabado de esta clase de unidades de transporte turístico toma entre 5 y 6 semanas. (Chávez, Roberto. 2014).

1) Operación turística con los buses tranvía

La empresa Gray Line Ecuador es la agencia de viajes y turismo que ofrece el servicio de recorridos por la ciudad de Quito en buses tipo tranvía.

Esta empresa se encuentra operando en el país desde 1990 y los productos que ofrecen, aparte del mencionado anteriormente, son dar la vuelta alrededor de Ecuador, reservas de Hoteles, Cruceros, viajes de atracción y programas especiales como: Cultural, Aventura, Ecoturismo, etc. En las 4 regiones de Ecuador: Andes, Galápagos, Selva y Costa. (Gray Line Ecuador, 2015).

a) **Características del recorrido**

El recorrido dura un día, consta con 17 paradas en los atractivos turísticos de la ciudad como: la Mariscal, la Basílica, la Plaza Grande, San Francisco, la Ronda, etc. Durante la visita, un guía narra temas relevantes como: música, teatro, arquitectura, culturas vivas, gastronomía, artesanía, historia y tradiciones patrimoniales; y los turistas tienen la posibilidad de tomar fotografías, comprar artesanías, etc.

El precio es de \$29,00 por persona y los horarios de atención son: de lunes a sábado de 8:00 a 24:00 y los domingos de 14:15 a 24:00.

b) **Paquete “Quito City Explorer”**



Fotografía 1. Autobús turístico para recorridos en Quito

Fuente. Gray Line Ecuador, 2015.

Válido para un solo día (durante las horas de funcionamiento), se puede subir y bajar del autobús en cualquier parada y en cualquier momento. (17 paradas turísticas o de hoteles y 1 extensión con costo adicional a la Mitad del Mundo).

En 1 Día: Si se tiene poco tiempo, se puede tener una visión panorámica de la ciudad sin bajar del autobús, comenzando y terminando en la parada de un hotel o la más cercana, se tarda aproximadamente 4 horas. Y si se tiene tiempo adicional durante el día, se recomienda tomar la extensión opcional al Monumento Ecuatorial a las 14:30 (de lunes a sábado) desde la parada # 4 (La Mariscal / Hotel Holiday Inn Express / Hotel JW Marriot).

Si no tiene tiempo para disfrutar de la excursión por la mañana, se recomienda tomar la tarde (lunes a sábado) de extensión opcional a la Mitad del Mundo, y por la tarde el recorrido turismo de noche de Quito a partir de las 18:30 desde la parada # 1 (vivero / Parque La Carolina / Hotel Howard Johnson).

Si tiene todo el día en Quito, se recomienda tomar el tour en la mañana y bajar en la parada # 12 Plaza Grande (Palacio Carondelet / Iglesia La Compañía / Hotel Patio Andaluz) y recorrer todo el centro histórico, visitar todos los atractivos que se describen en este guía, porque es muy fácil llegar a pie desde este punto hacia las próximas paradas o puntos de interés: San Francisco, La Ronda y la plaza 24 de Mayo, luego almorzar y puede tomar la extensión Mitad del Mundo desde la parada # 4 (La Mariscal / hotel Holiday Inn Express / JW Marriot).

Si es de interés descubrir Quito por la noche, se puede tomar la ruta a partir de las 18:30 desde la parada # 1 (Vivero / Parque La Carolina / Hotel Howard Johnson) y visitar el centro histórico de la ciudad, sus iglesias iluminadas son dignas de ver. A continuación, elija un buen restaurante de nuestras opciones recomendadas y puede tener una gran cena o si lo prefiere, puede disfrutar de la vida nocturna de Quito en la Plaza Foch Deteniéndose en la parada # 7 (Plaza Foch) o el barrio de Floresta, deteniéndose en la parada # 6 (La Floresta). (Gray Line Ecuador, 2015).

b. Tranvía en Cuenca

El Tranvía de Cuenca será el mayor sistema de transporte público de esa ciudad y su inversión rondará aproximadamente los 232 millones de dólares, transportará alrededor de 120.000 pasajeros al día y 39 millones al año. Se espera que esté funcionando en el tercer trimestre del 2016. Iniciará su recorrido en el sur de la ciudad en la vía a Baños, sector Control Sur, y terminará al norte, en el sector del Parque Industrial. (GAD Municipal Cuenca, 2014)

1) Antecedentes de la obra

El creciente número de vehículos (90.000 aproximadamente en 2011 y con un crecimiento anual del 8%) causa congestión vehicular y el consiguiente ruido, molestias y contaminación ambiental. Se encargó a la empresa francesa Artelia-Coteba con el apoyo económico del Gobierno Francés que dono 650 000 dólares para los estudios. Los estudios de suelos fueron realizadas por la empresa española Red Ferroviaria Vasca (ETS) por un costo de 3 797 500 de dólares.

2) Funciones del tranvía en la ciudad

El Tranvía de Cuenca cumple cuatro funciones principales:

a) Eficiencia

Su papel principal es brindar un transporte eficaz a los usuarios que requieren ir a su destino por rutas que actualmente están cargadas de congestión vehicular y que ya no soportan más sistemas tradicionales. Tomando vías por las cuales actualmente el bus y el vehículo particular ya no son eficientes. Dejando las vías en zonas con menos congestión para ser cubiertas por sistemas tradicionales o eventualmente nuevas alternativas.

b) Articulación

Además el Tranvía cumple la función de engranar los distintos sistemas, haciendo que los usuarios puedan armar sus rutas con diversas y muy numerosas posibilidades de orígenes y destinos, articulando sistemas como caminar, la bicicleta, el bus, el taxi y el vehículo particular.

c) Descongestión

Al tener un sistema eficiente, cómodo y seguro, que cubre vías y zonas que anteriormente estaban cargadas de tráfico, por un lado los usuarios prefieren utilizarlo por sobre vehículos motorizados y por otro el bus se traslada a vías y zonas a las que no llega el tranvía, menos congestionadas pero también con demanda, obteniendo así un tráfico más fluido en toda la ciudad.

d) Cobertura

Con la presencia del tranvía se elimina la necesidad de rutas de bus en ciertas zonas, trasladando los recorridos de buses a vías y zonas a los que anteriormente no llegaban o llegaban con muy pocas frecuencias, beneficiando a los usuarios actuales y futuros, no solamente del tranvía sino del sistema tradicional.

El Tranvía en Cuenca es una pieza que estructura un servicio de movilidad único en el país. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cuenca, 2014).

3) Características del tranvía “Cuatro ríos”



Fotografía 2. Tranvía usado por el Metro Ligero de Madrid. (Modelo similar para la ciudad de Cuenca).

Fuente. GADM Cuenca, 2014.

Se prevé construir 20 estaciones. La longitud de la vía será de 21,4 kilómetros (ida y vuelta) y 1,435 metros de ancho por sentido y circulará a una velocidad promedio de 22 kilómetros por hora. El trayecto desde la primera estación hasta la última (10,7 km) se realizará en aproximadamente 35 minutos, mientras que un automóvil realiza el viaje en cerca de 1 hora 40 minutos.

Para el tranvía se necesitarán 14 unidades (12 en servicio más 2 de reserva), cada una transportará a 300 personas y pasará una cada cuatro minutos. Los estudios calculan un mínimo de 115 000 pasajeros al día y con un máximo de 130 000 pasajeros, por lo que según los estudios espera unos 120 000 pasajeros diarios para un total de cerca de 39 millones al año. Para proteger al Centro Histórico, en su trayecto por las avenidas Mariscal Lamar y Gran Colombia no se usarán líneas de energía aéreas y además la calzada recibirá un tratamiento especial para reducir las vibraciones y que no afecten a los edificios históricos.

Se prevé que la línea 1, la primera del Tranvía, tenga las siguientes paradas:

- **Avenida de las Américas**

Control sur, camino a Baños, Misicata, Yanuncay, arenal (estación de transferencia) y Tomebamba.

- **Avenida Mariscal Lamar**

Dirección norte.

Ordóñez Lasso, Guillermo Medina, Miguel Morocho, Abraham Sarmiento, Miguel Vélez, Tarqui, Luis Cordero y 9 de Octubre.

- **Avenida Gran Colombia**

Dirección sur.

Ordóñez Lasso, Miguel Morocho, Abraham Sarmiento, Miguel Vélez, Tarqui, Luis Cordero, 9 de Octubre y Manuel Vega.

- **Avenida España**

Chola Cuencana, terminal terrestre (estación de transferencia), aeropuerto, España y parque industrial. (GAD Municipal Cuenca, 2014)

2. La experiencia en el mundo

a. **Tranvía en San Francisco, California**

Cousido, Pablo (2010: 1,10) expone el producto de los tranvías en la guía turística de la ciudad de San Francisco:



Fotografía 3. Tranvía de San Francisco, California.

Fuente. Guía turística de San Francisco, 2010.

Al igual que el Cable Car (con el que no debe confundirse), los tranvías (Street cars) son un medio de transporte histórico y una forma diferente de conocer San Francisco.

La línea histórica "F" tiene tranvías con una historia de más de 150 años que han sido traídos de diversos lugares del mundo (Hiroshima, Moscú, Oporto o Hamburgo son algunos ejemplos) para su restauración y posterior utilización.

1) Recorrido

La línea "F" recorre diversas zonas turísticas en las que nos muestra la cara histórica y también la moderna de la ciudad. Estas son las zonas en las que realiza paradas:

- Distrito Castro.
- Union Square.
- Market Street y Centro Cívico.
- Distrito Financiero.
- Edificio del Ferry y Embarcadero.
- Pier 39 y Fisherman's Wharf.

2) Tarifas

- Adultos: 2\$ (incluye transbordos durante 90 minutos).
- Niños de 5 a 17 y mayores de 65 años: 75 centavos.
- Niños menores de 4 años: gratis.

3) Utilización del tranvía

Casi un tercio de la población que viaja al trabajo lo hace en transporte público, según un estudio del censo estadounidense realizado en 2005. El transporte público dentro de la ciudad lo gestiona, principalmente, la San Francisco Municipal Railway (conocido como Muni). El sistema, que es propiedad de la ciudad, opera un sistema que es una combinación de tren ligero y metro (el Muni Metro), así como una red de autobuses que incluye trolebuses, autocares diésel estándar y autobuses diésel híbridos.

Los tranvías se desplazan por las calles en barrios periféricos, pero subterráneamente en el centro. Además, la Muni posee la histórica línea F Market & Wharves, que transita por las calles superficiales desde Castro hasta Fisherman's Wharf (a través de la calle Market) y el simbólico sistema de tranvías, que ha sido designado Hito Histórico Nacional.

El servicio de tren de cercanías es proporcionado por dos agencias complementarias. La Bay Area Rapid Transit (BART) es el servicio regional de metro que conecta San Francisco con el Este de la Bahía a través del Transbay Tube, un túnel submarino. La línea discurre por debajo de la calle Market hasta el Civic Center, donde gira al sur hacia el distrito de Mission, al sur de la ciudad, y a través del condado de San Mateo al norte, hasta el Aeropuerto Internacional de San Francisco y Millbrae. (Cousido, Pablo. 2010: 1,10).

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

El proyecto de titulación se ha desarrollado en el cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

2. Ubicación geográfica

Guaranda se encuentra en las coordenadas proyectadas: UTM Zona 17 S; Datum WGS'84.

X. 722520 E

Y. 9815690 N

Altitud. 2668

3. Límites

Guaranda limita al norte por la provincia de Cotopaxi, al sur con los cantones Chimbo y San Miguel, al este la provincia de Chimborazo y Tungurahua, y al oeste por los cantones de Las Naves, Caluma y Echeandía.

4. Características climáticas

El clima varía desde los páramos fríos, con temperaturas desde los 4°C hasta los 7°C. Llegando al clima subtropical cálido, entre 18°C y 24°C. Guaranda está rodeada por un marco de montañas que conforman una hoya geográfica en las Cordillera Oriental y Occidental de los Andes y una cadena montañosa por el norte y sur que une las dos cordilleras formando un micro clima único.

5. Clasificación ecológica

El Ministerio del Ambiente del Ecuador (2012), clasifica al cantón Guaranda de la provincia de Bolívar dentro de la zona de vida Bosque de neblina montano.

6. Materiales y equipos

a. Materiales

Hojas papel bond, lápiz, esferos, libreta de campo, CD's, pilas, tinta de impresora.

b. Equipos

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

B. METODOLOGÍA

1. Análisis de la viabilidad comercial de la implementación de buses turísticos tipo tranvía, cantón Guaranda, provincia de Bolívar

a. Análisis de demanda

Para analizar la demanda a la cual se dirige este producto turístico se estableció:

1) Universo

Conformado por dos segmentos:

- Población económicamente activa de Guaranda, la misma que de acuerdo a los indicadores socioeconómicos del INEC elaborados en el año 2011, es de 35.123 personas.

- Turistas nacionales y extranjeros que han llegado a Guaranda en el año 2014, cuyo número es de 14.738, según las estadísticas del departamento de turismo del GADM de Guaranda.

2) Muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula del muestreo estratificado, propuesta por Arboleda, Gabriel. 1998:

$$n = \frac{N \cdot (q \cdot p)}{\left[(N-1) \left(\frac{e}{K} \right)^2 \right] + (p \cdot q)}$$

Nomenclatura:

n: tamaño de la muestra,

p: probabilidad de ocurrencia de un hecho o fenómeno 0.5,

q: probabilidad de no ocurrencia 0.5,

N: universo,

z: confianza: 1.75

e: error 0.08

3) Técnica

Una vez calculado el tamaño de la muestra, se diseñó el contenido de las encuestas a ser aplicadas, para lo cual se tomó en cuenta las siguientes variables: socioeconómicas, geográficas, motivacionales, hábitos de consumo, gustos y preferencias.

4) Instrumento

Se obtuvo dos tipos de encuestas, una dirigida a la población económicamente activa de Guaranda y otra para los turistas nacionales y extranjeros, elaboradas en castellano e inglés, presentadas como Anexo 1.

5) Perfil del cliente potencial

Los perfiles de los dos segmentos de mercado se determinaron en base a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas.

b. Análisis de oferta

Se realizó el análisis de la oferta complementaria, en el cual constaron:

1) Validación de los atractivos turísticos del cantón Guaranda

Se sistematizó la información en una matriz resumen, en donde consta información sobre los atractivos naturales y culturales de la ciudad y sus características como: nombre del atractivo, ubicación, fotografía, clasificación (tipo y subtipo), jerarquía (en el caso de atractivos naturales) y descripción.

2) Cobertura de servicios

Se recopiló información acerca de los servicios que se ofertan en la ciudad de Guaranda, específicamente de: hospedaje, alimentación y recreación, tomados del catastro turístico de la ciudad del año 2014.

3) Líneas de productos que se ofertan en la ciudad de Guaranda

Teniendo como base a los lineamientos que el PLANDETUR 2020 propone, se realizó un análisis de los atractivos y productos turísticos que se ofertan en el cantón Guaranda, los mismos que fueron compilados en un cuadro resumen, considerando el tipo de línea de producto, su variedad y los atractivos que lo conforman.

c. Confrontación de oferta vs demanda

Las proyecciones de oferta y demanda fueron elaboradas por medio del cálculo de incremento compuesto:

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

Donde:

C_n = Incremento compuesto

C_o = Número de clientes iniciales

i = Índice de crecimiento poblacional de la ciudad de Guaranda y el índice de crecimiento turístico.

n = Años a proyectar

Posteriormente se confrontó la proyección de la demanda con la de la oferta para identificar la demanda insatisfecha.

d. Plan mercadotécnico

Se propusieron estrategias para posicionar al producto en el mercado como: valor diferencial, Branding o mercadotecnia, canales de distribución, medios de publicidad y promoción; además de micro localización óptima del local de venta y planificación de los requerimientos del área comercial.

2. Determinación de la viabilidad técnica – ambiental de la implementación del proyecto

a. Análisis técnico

1) Tamaño del proyecto (demanda objetivo)

Para determinar la demanda objetivo de la población económicamente activa de la ciudad se utilizó el 10% de su demanda insatisfecha, y para los turistas nacionales y extranjeros el 20% de su demanda insatisfecha; las mismas que se consideran como el mercado que abarcará el proyecto en los cinco años subsiguientes.

2) Consumo aparente

De cada uno de los productos ofertados para los dos tipos de demanda objetivo.

3) Localización del proyecto

Macro localización general de la ubicación del proyecto.

4) Diseño del producto

Ingeniería del proyecto (diseño de circuitos para los segmentos de estudio).

5) Proceso productivo

Flujogramas para procesos como: reservación del servicio, recepción del turista, servicio de guianza y recorridos; además de la planificación de los requerimientos del área productiva.

b. Estudio socio ambiental

Para el análisis socio ambiental del proyecto se utilizó la matriz de Leopold, la cual contiene los siguientes componentes:

1) Factores ambientales

- Características físicas y químicas: tierra, agua, atmosfera y procesos,
- Condiciones biológicas: flora y fauna,
- Condiciones sociales: uso del territorio, recreativos, estéticos y de interés humano, nivel cultural, servicios e infraestructuras,
- Relaciones ecológicas.

2) **Acciones antrópicas**

- Modificaciones,
- Transformaciones del territorio y construcción,
- Extracción de recursos,
- Procesos,
- Alteraciones del terreno,
- Recursos renovables,
- Cambios en el tráfico,
- Situación y tratamiento de residuos,
- Tratamiento químico,
- Accidentes.

3. **Elaboración de la viabilidad legal y administrativa del proyecto**

Para realizar el estudio legal administrativo del proyecto se consideraron los siguientes puntos:

a) **Ámbito legal**

Análisis de leyes, reglamentos y resoluciones que tienen incidencia con el desarrollo de este proyecto.

b) **Ámbito administrativo**

- Requerimientos del área administrativa
- Estructura orgánica funcional (organigramas estructurales y funcionales).
- Manual de cargos y funciones.

4. **Establecimiento de la viabilidad financiera**

Se calculó la rentabilidad de la propuesta.

a) **Análisis Económico**

Este análisis se determinó mediante la identificación de:

- Activos fijos, diferidos y capital de trabajo.
- Cálculo de depreciaciones.
- Presupuesto de costos y gastos.
- Ingresos.
- Estado de resultados.
- Flujo de caja del proyecto.

b) **Análisis Financiero**

Para llevar cabo este análisis se realizó lo siguiente:

- **Valor Actual Neto (VAN):** Para tener la seguridad de que el proyecto generará un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión inicial.
- **Tasa Interna de Retorno (TIR):** Para identificar la rentabilidad del capital invertido.
- **Relación Beneficio – Costo:** Para determinar si el proyecto generará una relación de ganancia o pérdida al ser implementado.

V. RESULTADOS

A. ESTUDIO DE MERCADO

1. Análisis de demanda

a. Universo

El mercado al cual va dirigido el proyecto turístico se divide en dos segmentos:

- 1) La población económicamente activa de la ciudad de Guaranda, la misma que de acuerdo a los indicadores socioeconómicos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) elaborados en el año 2011, es de 35.123 personas.
- 2) Los turistas nacionales y extranjeros que han llegado a la ciudad de Guaranda en el año 2014, cuyo número es de 14.738, según las estadísticas del departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guaranda.

b. Muestra

1) Población económicamente activa

$$n = \frac{N \cdot (q \cdot p)}{\left[(N-1) \left(\frac{e}{K} \right)^2 \right] + (p \cdot q)}$$

$$n = \frac{35.123(0,5)(0,5)}{\left[(35.123-1) \left(\frac{0,08}{1,75} \right)^2 \right] + (0,5)(0,5)}$$

$$n=119$$

Consecuentemente el análisis de la demanda se aplica, por medio de encuestas, a 119 personas de la ciudad de Guaranda.

2) Turistas

$$n = \frac{N \cdot (q \cdot p)}{\left[(N-1) \left(\frac{e}{K} \right)^2 \right] + (p \cdot q)}$$

$$n = \frac{14.738(0,5)(0,5)}{\left[(14.738-1) \left(\frac{0,08}{1,75} \right)^2 \right] + (0,5)(0,5)}$$

$$n=118$$

En el caso del segundo segmento de mercado, el universo incluye a 14.738 turistas, de los cuales: 14.142 personas son de origen nacional, reflejándose en la aplicación de 113 encuestas; y para las 596 personas del extranjero se utilizan 5 encuestas.

c. Técnica

La técnica que se ha empleado para la recolección de información de la demanda, es la encuesta.

d. Instrumento

Los instrumentos utilizados para el análisis de la demanda son cuestionarios, los cuales, se encuentran en el Anexo 1.

e. Perfil del potencial consumidor

1) Población económicamente activa de Guaranda

a) Género de la Población económicamente activa de Guaranda

Cuadro 2. Género de la Población económicamente activa de Guaranda

Género	Cantidad	Porcentaje
Femenino	50	42%
Masculino	69	58%
TOTAL	119	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

La población económicamente activa de la ciudad de Guaranda se conforma por un 58% de hombres y 42% de mujeres.

b) Edad de la Población económicamente activa de Guaranda

Cuadro 3. Edad de la Población económicamente activa de Guaranda

Edad	Cantidad	Porcentaje
15-30	60	50%
30-45	35	29%
45-60	15	13%
60-75	9	8%
TOTAL	119	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 50% de la población tiene edades entre los 15 y 30 años, el 29% de 30 a 45 años, el 13% de 45 a 60 años y el 8% de 60 a 75.

c) Nivel de educación de la Población económicamente activa de Guaranda

Cuadro 4. Nivel de educación de la Población económicamente activa de Guaranda

Nivel de educación	Cantidad	Porcentaje
Primaria	8	7%
Secundaria	45	38%
Superior	56	47%
Post grado	10	8%
TOTAL	119	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El nivel de educación que tienen la mayoría de encuestados es superior con un 47%, seguido por el 38% de secundaria, el 8% de post grado y el 7% de primaria.

d) Ocupación de la Población económicamente activa de Guaranda

Cuadro 5. Ocupación de la Población económicamente activa de Guaranda

Ocupación	Cantidad	Porcentaje
Comerciante	7	6%
Empresario	3	2%
Estudiante	39	33%
Empleado público	55	46%
Empleado privado	15	13%
TOTAL	119	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 46% de la población encuestada trabaja en el sector público, el 33% son estudiantes, el 13% laboran en el sector privado, el 6% son comerciantes y el 2% empresarios.

e) Aceptación al proyecto de la Población económicamente activa de Guaranda

Cuadro 6. Aceptación del proyecto de la Población económicamente activa de Guaranda

Aceptación	Cantidad	Porcentaje
SI	97	82%
NO	22	18%
TOTAL	119	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Los encuestados han aceptado la implementación de buses tipo tranvía en un 82%, al contrario del 18% que no piensa de esta manera.

f) Movilización cotidiana de la Población económicamente activa de Guaranda

Cuadro 7. Aceptación del proyecto para movilización cotidiana de la Población económicamente activa de Guaranda

Movilización cotidiana	Cantidad	Porcentaje
SI	84	71%
NO	35	29%
TOTAL	119	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 71% de encuestados aceptaría moverse en este medio de transporte cotidianamente, mientras que el 29% restante ha preferido no hacerlo.

g) Movilización con fines recreativos de la Población económicamente activa de Guaranda

Cuadro 8. Aceptación del proyecto para movilización con fines recreativos de la Población económicamente activa de Guaranda

Movilización por recreación	Cantidad	Porcentaje
SI	86	72%
NO	33	28%
TOTAL	119	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

La movilización con fines recreativos ha tenido el 72% de aceptación, a diferencia del 28% que no lo considera necesario.

h) Lugares a visitar elegidos por la Población económicamente activa de Guaranda

Cuadro 9. Lugares a visitar elegidos por la Población económicamente activa de Guaranda

Lugares	Cantidad	Porcentaje
Centro histórico	61	39%
Instituciones públicas	36	23%
Atractivos turísticos	18	12%
Instituciones educativas	15	10%
Lugares de abastecimiento de bienes y servicios	27	16%
TOTAL	157	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 39% de encuestados quisiera visitar el centro histórico, el 23% instituciones públicas, el 16% lugares de abastecimiento de bienes y servicios como

mercados, farmacias, bancos, etc., el 12% visitaría lugares turísticos y el 10% instituciones educativas.

i) Frecuencia del recorrido escogida por la Población económicamente activa de Guaranda

Cuadro 10. Frecuencia de recorrido escogida por la Población económicamente activa de Guaranda

Frecuencia	Cantidad	Porcentaje
Una vez al día	54	45%
Dos veces al día	30	25%
Tres veces al día	13	11%
1 vez al mes	5	5%
Feriados	13	10%
Cinco veces al día	4	4%
TOTAL	119	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

La frecuencia con mayor aceptación es una vez al día con 45%, dos veces al día con 25%, tres veces al día con 11%, en feriados 10%, una vez al mes 5% y cinco veces al día con 4%.

j) Precio a pagar por parte de la Población económicamente activa de Guaranda

Cuadro 11. Precio a pagar por parte de la Población económicamente activa de Guaranda

Precio a pagar	Cantidad	Porcentaje
\$0,25	71	60%
\$0,30	25	21%
\$0,35	16	13%
Más de \$0,35	7	6%
TOTAL	119	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 60% de la población pagaría \$0,25 por este servicio, el 21% \$0,30, el 13% \$0,35 y el 6% más de \$0,35.

k) Aceptación de guianza por la Población económicamente activa de Guaranda

Cuadro 12. Aceptación de guianza por la Población económicamente activa de Guaranda

Aceptación guianza	Cantidad	Porcentaje
SI	82	69%
NO	37	31%
TOTAL	119	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

La guianza para estos recorridos tiene el 69% de aceptación, pero el 31% de encuestados prefiere que no se incluya esta servicio.

I) Tópicos de guianza escogidos por la Población económicamente activa de Guaranda

Cuadro 13. Tópicos de guianza escogidos por la Población económicamente activa de Guaranda

Tópicos de guianza	Cantidad	Porcentaje
Leyendas	40	19%
Gastronomía	32	15%
Festividades	25	12%
Historia	35	17%
Arquitectura del centro histórico	26	12%
Desarrollo socio económico	14	7%
Recursos naturales	38	18%
TOTAL	210	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 19% de los encuestados quisiera conocer sobre las leyendas de su ciudad, el 18% acerca de los recursos naturales, el 17% historia, el 15% de gastronomía, y sobre festividades y arquitectura del centro histórico el 12% respectivamente.

m) Medios de información que la Población económicamente activa de Guaranda utiliza

Cuadro 14. Medios de información que la Población económicamente activa de Guaranda utiliza

Medios de información	Cantidad	Porcentaje
Trípticos informativos	32	20%
Tv, radio	64	39%
Redes sociales	30	18%
Página web	37	23%
TOTAL	163	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Los medios que los encuestados utilizarían para informarse son televisión y radio local 39%, pagina web 23%, trípticos informativos 20% y redes sociales 18%.

n) Resumen del perfil del consumidor

El segmento de la población económicamente activa de la ciudad de Guaranda tiene un 58% del género masculino y un 42% del género femenino, con edades de 15 a 30 años (50%), cuyos niveles de educación son superior o universitario con 47% y secundario con 38%; se dedican a trabajar en el sector público (46%) y son estudiantes (33%).

El 82% de las personas encuestadas están dispuestas a consumir el potencial producto, con fines de movilización cotidiana (71%) y como recreación (72%), queriendo que los recorridos pasen por el centro histórico (39%), instituciones públicas (23%), lugares de abastecimiento de bienes y servicios (16%), atractivos turísticos (12%) e instituciones educativas (10%), con una frecuencia de una vez al día (45%), pagando \$0,25 por este servicio (60%).

Como un valor agregado, han decidido que se incluya el servicio de guianza en un 69%, queriendo conocer sobre leyendas locales 19%, recursos naturales 18%, historia 17%, gastronomía 15%, festividades 12% y desarrollo socio económico 7%, informándose sobre estos recorridos por medio del canal de televisión y radios de la ciudad (39%).

2) Turistas nacionales

a) Género de los turistas nacionales

Cuadro 15. Género de los turistas nacionales

Género	Cantidad	Porcentaje
Femenino	49	42%
Masculino	69	58%
TOTAL	118	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El segmento de turistas nacionales está conformado por un 69% de hombres y 49% mujeres.

b) Edad de los turistas nacionales

Cuadro 16. Edad de los turistas nacionales

Edad	Cantidad	Porcentaje
15-30	32	27%
30-45	49	42%
45-60	25	21%
60-75	12	10%
TOTAL	118	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

La mayoría de turistas nacionales tienen edades entre 30 y 45 años en un 42%, seguido por el rango de 15 a 30 años con 27%, los de 45 a 60 años con 21% y los de 60 a 75 años con 10%.

c) Procedencia de los turistas nacionales

Cuadro 17. Procedencia de los turistas nacionales

Procedencia	Cantidad	Porcentaje
Quito	61	52%
Guayaquil	40	34%
Latacunga	2	1%
Ambato	9	8%
Babahoyo	2	1%
Riobamba	4	4%
TOTAL	118	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Los turistas nacionales que visitan el cantón Guaranda proceden de Quito en un 52%, de Guayaquil en un 34%, de Ambato con 8%, de Riobamba en un 4%, de Latacunga y Babahoyo con 1% respectivamente.

d) Nivel de educación de los turistas nacionales

Cuadro 18. Nivel de educación de los turistas nacionales

Nivel de educación	Cantidad	Porcentaje
Primaria	2	2%
Secundaria	19	16%
Superior	72	61%
Post grado	25	21%
TOTAL	118	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 61% de turistas nacionales tiene un nivel superior de educación, el 21% post grado o maestría, el 16% nivel secundario y por último el 2% nivel primario.

e) Ocupación de los turistas nacionales

Cuadro 19. Ocupación de los turistas nacionales

Ocupación	Cantidad	Porcentaje
Comerciante	4	4%
Empresario	14	12%
Estudiante	19	16%
Empleado público	39	33%
Empleado privado	42	35%
TOTAL	118	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Los turistas nacionales trabajan en el sector privado en un 35%, en el sector público 33%, estudiantes con un 16%, empresarios en un 12% y con 4% comerciantes.

f) Frecuencia de viaje de los turistas nacionales

Cuadro 20. Frecuencia de viaje de los turistas nacionales

Frecuencia de viaje	Cantidad	Porcentaje
1 vez al año	16	14%
2 veces al año	30	25%
3 veces o más	72	61%
TOTAL	118	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 61% de los turistas nacionales viaja 3 veces al año o más, el 25% 2 veces al año y el 14% solo una vez.

g) Gasto por viaje de los turistas nacionales

Cuadro 21. Gasto por viaje de los turistas nacionales

Gasto por viaje	Cantidad	Porcentaje
De \$50 a \$100	16	14%
De \$100 a \$150	17	15%
De \$150 a \$200	22	18%
\$200 o más	63	53%
TOTAL	118	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El gasto por viaje que realizan los turistas nacionales en un 53% es de \$200 o más, el 18% gasta de \$150 a \$200, el 15% de \$100 a \$150 y el 14% de \$50 a \$100.

h) Forma de pago de los turistas nacionales

Cuadro 22. Forma de pago de los turistas nacionales

Forma de pago	Cantidad	Porcentaje
Tarjeta	34	29%
Efectivo	84	71%
Cheques	0	
TOTAL	118	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 71 de turistas nacionales paga en efectivo por los servicios que consumen, al contrario del 29% que lo hace mediante tarjeta de crédito.

i) Aceptación del proyecto por los turistas nacionales

Cuadro 23. Aceptación del proyecto por los turistas nacionales

Aceptación	Cantidad	Porcentaje
SI	93	79%
NO	25	21%
TOTAL	118	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 79% de turistas nacionales ha aceptado la implementación de buses turísticos tipo tranvía, mientras que el 21% no.

j) Aceptación de guianza por los turistas nacionales

Cuadro 24. Aceptación de guianza para los recorridos por los turistas nacionales

Aceptación guianza	Cantidad	Porcentaje
SI	100	85%
NO	18	15%
TOTAL	118	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 85% de turistas nacionales requiere que los recorridos sean guiados, en cambio el 15% prefiere que no sea así.

k) Tópicos de guianza elegidos por los turistas nacionales

Cuadro 25. Tópicos para la guianza elegidos por los turistas nacionales

Tópicos de guianza	Cantidad	Porcentaje
Leyendas	76	23%
Gastronomía	46	14%
Festividades	28	8%
Historia	68	20%
Arquitectura del centro histórico	40	12%
Desarrollo socio económico	29	9%
Recursos naturales	47	14%
TOTAL	334	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Las leyendas locales son el tópico que la mayoría de turistas prefieren conocer en un 23%, sobre la historia de la ciudad hay un 20% de aceptación, acerca de la gastronomía y recursos naturales hay un 14% respectivamente, arquitectura del centro histórico con 12%, desarrollo socio económico en un 9% y sobre las festividades con 8%.

l) Lugares a visitar por los turistas nacionales

Cuadro 26. Lugares a visitar en la ciudad de Guaranda, por los turistas nacionales

Lugares a visitar	Cantidad	Porcentaje
Iglesias	52	14%
Museos	48	13%
Parques y monumentos	43	12%
Salinas	44	12%
Miradores	75	20%
Atractivos naturales	66	18%
Centro histórico	41	11%
TOTAL	369	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 20% de encuestados quieren visitar los miradores de la ciudad, el 18% los atractivos naturales, el 14% iglesias, el 13% museos, el 12% parques y monumentos y el 11% el centro histórico.

m) Servicios adicionales preferidos por los turistas nacionales

Cuadro 27. Servicios adicionales preferidos por los turistas nacionales

Servicios adicionales	Cantidad	Porcentaje
Compra de artesanías	64	36%
Cafetería	43	24%
Reservación hospedaje	26	14%
Información turística	47	26%
TOTAL	180	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El servicio adicional que la mayoría de encuestados prefiere es la compra de artesanías con un 36%, seguido por el servicio de información turística de la ciudad con 26%, el servicio de cafetería con 24% y reservación para el servicio de hospedaje con 14%.

n) Precio a pagar por los turistas nacionales

Cuadro 28. Precio a pagar por los turistas nacionales

Precio a pagar	Cantidad	Porcentaje
\$6,00 a \$10,00	53	57%
\$11,00 a \$15,00	28	30%
\$4,00	2	2%
\$16,00 a \$20,00	10	11%
TOTAL	93	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 57% de turistas nacionales pagarían de \$6,00 a \$10,00 por el servicio ofertado, el 30% de \$11,00 a \$15,00, el 11% de \$16,00 a \$20,00 y el 2% \$4,00.

o) Disponibilidad de tiempo para el recorrido por los turistas nacionales

Cuadro 29. Disponibilidad de tiempo para el recorrido por los turistas nacionales

Tiempo para el recorrido	Cantidad	Porcentaje
30 minutos	1	1%
1 hora	13	14%
2 horas	34	37%
más de 2 horas	45	48%
TOTAL	93	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El tiempo disponible para el recorrido que la mayoría de encuestados ha escogido es más de 2 horas con 48%, seguido por 2 horas con 37%, el 14% dispone de 1 hora y el 1% de 30 minutos.

p) Frecuencia del recorrido elegida por los turistas nacionales

Cuadro 30. Frecuencia para realizar el recorrido elegida por los turistas nacionales

Frecuencia	Cantidad	Porcentaje
Fines de semana y feriados	72	77%
De lunes a viernes	21	23%
TOTAL	93	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 77% de turistas nacionales realizarían este tipo de recorridos turísticos los fines de semana y feriados, a diferencia del 23% que lo haría de lunes a viernes.

q) Forma de pago que los turistas nacionales prefieren

Cuadro 31. Forma de pago por el servicio que los turistas nacionales prefieren

Forma de pago	Cantidad	Porcentaje
Efectivo	77	83%
Tarjeta de crédito	16	17%
TOTAL	93	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

La forma de pago que el 83% de encuestados ha escogido es en efectivo, en cambio el 17% restante decide pagar con tarjeta de crédito.

r) Lugar de compra que los turistas nacionales eligen

Cuadro 32. Lugar de compra del servicio que los turistas nacionales eligen

Lugar de compra	Cantidad	Porcentaje
Local de servicio	30	32%
Página web	63	68%
TOTAL	93	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 68% de turistas nacionales compraría este servicio por medio de página web y el 32% en el local de servicio.

s) Medios de información que los turistas nacionales utilizan

Cuadro 33. Medios de información que los turistas nacionales utilizan

Medios de información	Cantidad	Porcentaje
Trípticos informativos	39	22%
Vallas publicitarias	19	10%
Tv, radio	22	12%
Redes sociales	38	21%
Página web	64	35%
TOTAL	182	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El medio de información página web ha tenido un 35% aceptación, los trípticos informativos 22%, las redes sociales 21%, medios de comunicación masiva (tv y radio) 12% y vallas publicitarias 10%.

t) Resumen del perfil del consumidor

El segmento de turistas nacionales se compone por un 58% de hombres y 42% mujeres, cuyo rango de edad fluctúa entre 30 y 45 años (42%), procedentes de Quito en un 52% y de Guayaquil con 34%, teniendo un 61% del nivel de educación superior, con empleos en el sector privado (35%) y público (33%); viajan anualmente 3 veces o más (61%), con gastos de \$200,00 o más en un 53%, pagando en efectivo por los servicios que consumen (71%).

El 79% de encuestados ha aceptado consumir este servicio, añadiendo la facilidad de guianza turística en un 85%, prefiriendo conocer acerca de: leyendas locales (23%), historia de la ciudad (20%), recursos naturales y gastronomía (14%), visitando los miradores en un 20%, atractivos naturales 18%, iglesias 14%, museos 13%, parques, monumentos y la parroquia Salinas de Tomabela en un 12% respectivamente y el centro histórico en un 11%.

El servicio adicional con mayor aceptación en este segmento es la compra de artesanías con 36%; han optado pagar de \$6,00 a \$10,00 por consumir este servicio en un 57%, disponiendo de más de dos horas para recorrer la ciudad (48%) durante fines de semana y feriados (77%), pagando en efectivo (83%); obteniendo los boletos por medio de una página web en un 68%, decidiendo informarse por medio de la web en un 35% y trípticos informativos en un 22%.

3) Turistas extranjeros

a) Género de los turistas extranjeros

Cuadro 34. Género de los turistas extranjeros

Género	Cantidad	Porcentaje
Femenino	3	60%
Masculino	2	40%
TOTAL	5	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

De las personas encuestas el 60% son del género femenino y el 40% masculino.

b) Edad de los turistas extranjeros

Cuadro 35. Edad de los turistas extranjeros

Edad	Cantidad	Porcentaje
15-30	1	20%
30-45	1	20%
45-60	3	60%
TOTAL	5	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 60% tienen edades que oscilan entre los 45 y 60 años, los rangos de 15 a 30 años y de 30 a 45 años corresponden al 20% respectivamente.

c) Procedencia de los turistas extranjeros

Cuadro 36. Procedencia de los turistas extranjeros

Procedencia	Cantidad	Porcentaje
Bélgica	3	60%
Suiza	1	20%
Austria	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 60% de turistas que visitan la ciudad de Guaranda provienen de Bélgica siendo la mayoría, seguido por personas de Suiza con un 20% y de Austria igualmente en un 20%.

d) Nivel de educación de los turistas extranjeros

Cuadro 37. Nivel de educación de los turistas extranjeros

Nivel de educación	Cantidad	Porcentaje
Secundaria	1	20%
Universidad	2	40%
Post grado	2	40%
TOTAL	5	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El nivel de educación de los turistas extranjeros es post grado e instrucción universitaria en un 40% respectivamente y en un 20% secundario.

e) **Ocupación de los turistas extranjeros**

Cuadro 38. Ocupación de los turistas extranjeros

Ocupación	Cantidad	Porcentaje
Voluntario	3	60%
Empleado público	1	20%
Empleado privado	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 60% de turistas extranjeros visitan el país como voluntarios, en un 20% son empleados de carácter público y privado.

f) **Frecuencia de viaje elegida por los turistas extranjeros**

Cuadro 39. Frecuencia de viaje elegida por los turistas extranjeros

Frecuencia de viaje	Cantidad	Porcentaje
1 vez al año	0	0%
2 veces al año	1	20%
3 veces o más	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Los turistas extranjeros viajan más de 3 veces al año en un 80% y el 20% restante viaja 2 veces al año.

g) Gasto por viaje de los turistas extranjeros

Cuadro 40. Gasto por viaje de los turistas extranjeros

Gasto por viaje	Cantidad	Porcentaje
De \$50 a \$100	1	20%
De \$100 a \$150	1	20%
\$200 o más	3	60%
TOTAL	5	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 60% de encuestados, gasta un promedio de \$200 o más en sus viajes, el rango de \$50 a \$100 representa el 20%, al igual que el rango de \$100 a \$150.

h) Forma de pago de los turistas extranjeros

Cuadro 41. Forma de pago de los turistas extranjeros

Forma de pago	Cantidad	Porcentaje
Efectivo	5	100%
Cheques	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 100% de turistas pagan en efectivo por los servicios que consumen durante su estancia.

i) Aceptación del proyecto por parte de los turistas extranjeros

Cuadro 42. Aceptación del proyecto por parte de los turistas extranjeros

Aceptación	Cantidad	Porcentaje
SI	3	60%
NO	2	40%
TOTAL	5	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 60% está de acuerdo con la implementación de buses turísticos tipo tranvía, el 40% no lo está.

j) Aceptación de guianza por parte de los turistas extranjeros

Cuadro 43. Aceptación de guianza para los recorridos por parte de los turistas extranjeros

Aceptación guianza	Cantidad	Porcentaje
SI	3	60%
NO	2	40%
TOTAL	5	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 60% quisiera que los recorridos se realicen con la interpretación de guías turísticos, a diferencia del 40% que lo prefiere así.

k) Tópicos de guianza que los turistas extranjeros prefieren

Cuadro 44. Tópicos para la guianza que los turistas extranjeros prefieren

Tópicos de guianza	Cantidad	Porcentaje
Leyendas	4	23%
Gastronomía	2	11%
Festividades	2	11%
Historia	2	11%
Arquitectura del centro histórico	4	22%
Desarrollo socio económico	2	11%
Recursos naturales	2	11%
TOTAL	18	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 23% de encuestados indica que quisieran saber acerca de leyendas locales, el 22% sobre arquitectura del centro histórico y acerca de gastronomía, festividades, historia, desarrollo socio económico y recursos naturales representan el 11% cada uno.

l) Lugares a visitar que los turistas extranjeros han elegido

Cuadro 45. Lugares a visitar en la ciudad de Guaranda que los turistas extranjeros han elegido

Lugares a visitar	Cantidad	Porcentaje
Iglesias	5	15%
Museos	5	15%
Parques y monumentos	5	14%
Salinas	5	14%
Miradores	5	14%
Atractivos naturales	5	14%
Centro histórico	5	14%
TOTAL	35	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Las iglesias y museos de la ciudad tienen un 15% de preferencia, los parques, monumentos, la parroquia de Salinas, miradores, atractivos naturales y centro histórico tienen el 14% respectivamente.

m) Servicios adicionales escogidos por los turistas extranjeros

Cuadro 46. Servicios adicionales escogidos por los turistas extranjeros

Servicios adicionales	Cantidad	Porcentaje
Compra de artesanías	4	40%
Cafetería	3	30%
Reservación hospedaje	1	10%
Información turística	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 40% sugiere que se incluya el servicio de compra de artesanías en los recorridos, el 30% prefiere el servicio de cafetería, el 20% que exista información turística del sector y el 10% opta por la opción de reservar el servicio de hospedaje.

n) Precio a pagar por los turistas extranjeros

Cuadro 47. Precio a pagar por los turistas extranjeros

Precio a pagar	Cantidad	Porcentaje
\$6,00 a \$10,00	2	40%
\$11,00 a \$15,00	3	60%
\$16,00 a \$20,00	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El precio a pagar por el servicio propuesto que ha escogido el 60% es de \$11,00 a \$15,00 y el 40% quisiera que se cobre de \$6,00 a \$10,00.

o) Disponibilidad de tiempo de los turistas extranjeros para el recorrido

Cuadro 48. Disponibilidad de tiempo de los turistas extranjeros para el recorrido

Tiempo para el recorrido	Cantidad	Porcentaje
30 minutos	0	0%
1 hora	2	40%
2 horas	3	60%
TOTAL	5	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 60% tiene una disponibilidad de 2 horas para realizar el recorrido, y el 40% solo una hora.

p) Frecuencia del recorrido escogida por los turistas extranjeros

Cuadro 49. Frecuencia para realizar el recorrido escogida por los turistas extranjeros

Frecuencia	Cantidad	Porcentaje
Fines de semana	3	60%
De lunes a viernes	2	40%
TOTAL	5	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

La mayoría de encuestados indica que la mejor frecuencia para estos recorridos son los fines de semana con un 60%, a diferencia del 40% que ha decidido la frecuencia de lunes a viernes.

q) Forma de pago de los turistas extranjeros

Cuadro 50. Forma de pago por el servicio de los turistas extranjeros

Forma de pago	Cantidad	Porcentaje
Efectivo	5	100%
Tarjeta de crédito	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 100% de encuestados pagarían en efectivo por consumir el servicio de buses turísticos tipo tranvía.

r) Lugar de compra que los turistas extranjeros han preferido

Cuadro 51. Lugar de compra del servicio que los turistas extranjeros han preferido

Lugar de compra	Cantidad	Porcentaje
Local de servicio	4	80%
Página web	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El 80% quisiera pagar por este servicio en el local en donde se oferte el mismo, al contrario del 20% que prefiere hacerlo por medio de una página web.

s) Medios de información que los turistas extranjeros utilizan

Cuadro 52. Medios de información que los turistas extranjeros utilizan

Medios de información	Cantidad	Porcentaje
Trípticos informativos	5	56%
Página web	4	44%
TOTAL	9	100%

Fuente. Trabajo de campo, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

El medio de información sobre este tipo de servicios elegido por el 56% de encuestados son los trípticos informativos, seguido de un 44% por página web.

t) Resumen del perfil del consumidor

El segmento de turistas extranjeros está conformado por personas del género femenino en un 60%, teniendo un rango de edad de 45 a 60 años (60%), cuya

procedencia, en su mayoría, es de Bélgica (60%); con respecto al nivel de educación el 60% tiene instrucción universitaria y postgrado o maestrías, los cuales viajan al país para realizar voluntariados (60%).

El 80% indica que su frecuencia de viajes al año es de 3 o más, con un promedio de gasto por viaje de \$200 o más (60%), pagando en efectivo, por los servicios que consumen (100%).

El 60% de las personas encuestadas están dispuestas a consumir el potencial producto, junto con el servicio de guías turísticos para los recorridos (60%), prefiriendo conocer acerca de las leyendas locales (23%), arquitectura del centro histórico (22%), gastronomía, festividades y recursos naturales de la ciudad en un 11% respectivamente.

El 100% quisiera que durante el recorrido se visiten los siguientes lugares: Iglesias, museos, parques y monumentos, parroquias rurales (Salinas de Tomabela), miradores, atractivos naturales (lagunas, colinas) y el centro histórico. En referencia a los servicios adicionales a ofertar, el 40% sugiere que se incluyan las compras de artesanías y el 30% cafetería. El 60% estaría dispuesto a pagar de \$11 a \$15 por este servicio, teniendo un tiempo disponible de 2 horas para realizar el recorrido, con frecuencia de fines de semana, además de una preferencia por pagar en efectivo del 100%. Para la compra de este servicio, el 60% quiere adquirir los boletos para consumir este producto en el local que oferte el mismo, e informarse por medio de trípticos informativos (56%) y pagina web (44%).

2. Análisis de oferta

a. Oferta complementaria

1) Atractivos turísticos

Cuadro 53. Atractivos turísticos de la ciudad de Guaranda

CATEGORÍA SITIOS NATURALES				
Atractivo	Clasificación		Jerarquía	Descripción
	Tipo	Subtipo		
<p>1. Mirador Natural Colina San Bartolo</p> 	Montaña	Colina	II	<p>La colina de San Bartolo sirve como mirador natural, desde donde se puede admirar la ciudad de Guaranda. Antiguamente se llamaba la colina de San Bartolomé, debido a un santo de mucha devoción.</p>

<p>2. Mirador Natural Colina Cruz Loma</p> 	Montaña	Colina	II	<p>La colina Cruz Loma es una de las más grandes, su nombre se origina por la antigua presencia de una cruz, donde, después del carnaval, se celebraba la misa del Miércoles de Ceniza.</p> <p>Los ancianos de la ciudad cuentan que un rayo cayó sobre ella y se destruyó, dando paso a la construcción de El Cacique Guaranga, que se levanta frente al Chimborazo, construida por la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión, núcleo de Bolívar.</p> <p>En el interior del monumento se encuentra un pequeño, pero interesante museo semi-circular de carácter etnográfico y un auditorium de usos múltiples.</p>
<p>3. Mirador Natural Colina San Jacinto</p> 	Montaña	Colina	II	<p>Esta elevación antiguamente era un centro de adoración de los dioses, también la utilizaban como un lugar de observación de los movimientos de los soldados enemigos para evitar que ingresen a la comarca. Actualmente es uno de los miradores naturales que posee Guaranda.</p>

<p>4. Mirador natural Colina Talalag</p> 	Montaña	Colina	II	<p>Esta colina se caracteriza por el sonido que emite, similar al golpe del martillo sobre una varilla de hierro en la piedra de la montaña; se escucha un eco fuerte que producía la montaña “talag talag”. De allí proviene el nombre de la misma.</p>
<p>5. Mirador natural Colina Tililag</p> 	Montaña	Colina	II	<p>Es la más pequeña entre todas, por aquí pasa el río Guaranda, emitiendo un sonido similar al ruido “tilig-tilig”, más suave y sutil.</p>

<p>6. Mirador Loma de Guaranda</p> 	Montaña	Colina	II	Se llama así en honor a Guaranda, es la colina principal, en la cual se le brinda respeto y admiración a la ciudad.
<p>7. Mirador natural Colina el Calvario</p> 	Montaña	Colina	II	Su nombre se debe a la muerte de Jesús en Jerusalén, en el monte El Calvario, por lo tanto, como precepto religioso, desde aquí salía la procesión del Domingo de Ramos, la misma que llegaba a la iglesia principal, dando inicio a la Semana Santa.

Las Siete Colinas constituidas por las lomas Cruz Loma, El Calvario, Loma de Guaranda, San Bartolo, Tililag, Talalag y San Jacinto están situadas alrededor del pequeño valle en donde está asentada la ciudad de Guaranda, su tamaño y alturas son variables, pero en conjunto forman una especie de círculo de elevaciones rodeando a la ciudad, desde las cuales, se observa un ángulo diferente de Guaranda.

Las colinas no presentan cráteres y su formación se estima que está remontada a la agitada actividad volcánica del período terciario, al parecer están constituidas por rocas volcánicas sedimentarias, con influencias notables de los efectos de la actividad del Volcán Chimborazo.

8. Bosque de Polylepís



Bosque

Seco
interandino

III

Este bosque está ubicado a 40 minutos de la ciudad de Guaranda, siguiendo la vía Guaranda – Riobamba, luego se toma un desvío a mano derecha, por un sector del arenal, para finalmente entrar a un sendero de 15 minutos de caminata hasta llegar al atractivo.

El bosque está constituido por un relicto de Yagual o árbol de papel, en medio de la vegetación de páramo que rodea el entorno.

<p>9. El Troje, Orillas y Cascada del Río Salinas</p> 	Río	Cascada	II	<p>Está localizado al occidente de la ciudad de Guaranda, al margen derecho de la Colina Cruz Loma.</p> <p>Lo fascinante del sector es la combinación de recursos tales como el río, las grandes rocas y la naturaleza.</p>
<p>10. Cascada de Ishpingo</p> 	Río	Cascada	II	<p>Está ubicada a 45 minutos de la parroquia Guanujo, en la vía que conduce comunidad de Cuatro Esquinas.</p> <p>La Cascada de Ishpingo, tiene una caída de agua de una altura aproximada de 50 metros. Su agua es cristalina y alimenta un pequeño riachuelo.</p>

<p>11. El Arenal y Paisaje Natural</p> 	Bosque	Páramo	I	<p>El Arenal está ubicado en el trayecto de Guaranda hacia Ambato o Riobamba y viceversa.</p> <p>Es un páramo seco se encuentra a los 4.107 msnm, se encuentra habitada principalmente por las vicuñas, animales que pueblan estos arenales.</p>
<p>12. Laguna Las Cochas, (Puricocha y Patocochoa)</p> 	Ambientes lacustres	Laguna	II	<p>Se encuentran a 6 Km de la ciudad de Guaranda, el entorno de las lagunas está dominado por un paisaje agrícola; la laguna principal se localiza en una depresión cuyo posible origen puede ser glacial, es decir, formada por la erosión causada por el retiro de los glaciares en el periodo Pleistoceno. Las cochas se forman por la infiltración subterránea del agua, en la parte alta de las colinas circundantes.</p> <p>Las dos lagunas, que todavía permanecen con agua, poseen una superficie aproximada de 5000 m² cada una, pero ambas se encuentran en una extensión total de 8 hectáreas y distantes entre sí unos 1500m.</p>

13. Minas de sal



Aguas
subterráneas

Aguas
minerales

II

Están ubicadas en la parroquia de Salinas de Tomabela, son aguas minerales de donde se extrae la sal yodada en el siguiente proceso:

Separación de la sal colocando vasijas de barro en el suelo de la montaña y la llenan con el agua que emerge del ojo, en este proceso los minerales como el azufre, hierro y mármol se adhieren a las paredes de la vasija dejando en el centro el agua salada, para comprobar esto se coloca un huevo el cual flota señalando que el agua solamente queda con sal; para los pobladores este proceso se llama “agresamiento” el cual se demora 3 horas, esta agua se lleva a cocinar en pailas grandes de bronce para que se evapore y solo quede la sal en polvo, esta cocción dura 14 horas, para después sacarse en forma de esferas que van a ser cubiertas por paja y están listas para vender. La extracción de la sal se da en los meses de verano (junio, julio y agosto).

<p>14. Cañón de las Tiaguas</p> 	<p>Fenómeno espeleológico</p>	<p>Encañonado</p>	<p>II</p>	<p>Ubicado en la parroquia Salinas de Tomabela.</p> <p>El nombre de Tiagua se debe a unas aves con el mismo nombre que existen aquí, pertenecen a la familia de las golondrinas (<i>Hirundidae</i>) y habitan dentro de estas cuevas.</p> <p>Es una formación rocosa natural, conformado con una variedad de atractivos como cavernas, flora y fauna; este encañonado tiene una profundidad de 50 metros, cuenta con un riachuelo que nace de las vertientes de la comunidad de Verde Pamba</p>
<p>15. Diente del Inca</p> 	<p>Fenómeno Espeleológico</p>	<p>Formación rocosa</p>	<p>II</p>	<p>Ubicado en la parroquia Salinas de Tomabela.</p> <p>Formación rocosa de gran altitud localizada en la cumbre del Cerro Tiuguiñag de Salinas. Su nombre se debe a la forma de diente que posee la roca, cuenta con un gran tamaño y es atractiva debido a la manera en que se mantiene en la tierra sostenida, suponiéndose que tiene gran profundidad y es por eso que se encuentra tan bien adherida.</p>

<p>16. Bosque de Peña Blanca</p> 	Bosque	Seco interandino	II	<p>Ubicado a 45 minutos de la Parroquia Salinas de Tomabela.</p> <p>El Bosque tiene una extensión aproximada de 726 hectáreas, dominado por terrenos escarpados y precipicios, en donde se ubica una gran roca o peña de la cual se deriva el nombre del sitio</p>
<p>17. Reserva Faunística Chimborazo</p> 	Sistema de áreas protegidas	Reserva de producción Faunística	III	<p>Esta reserva se encuentra bajo la jurisdicción de las provincias de Chimborazo, Bolívar y Tungurahua.</p> <p>Se trata de un área protegida de altura, constituida mayoritariamente por páramos, en donde se encuentra el volcán Chimborazo.</p>

Fuente. Dpto. de turismo, GADM de Guaranda, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

CATEGORÍA MANIFESTACIONES CULTURALES

Atractivo	Clasificación		Descripción
	Tipo	Subtipo	
<p>1. Carnaval de Guaranda</p>  	Etnografía	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	<p>Es una fiesta que se celebra los tres días anteriores a la cuaresma de semana santa, por lo que es una festividad móvil y depende de la programación de la iglesia católica, generalmente se celebra a mediados o fines del mes de febrero.</p> <p>Coincide entre dos manifestaciones diferentes, la una es la manifestación religiosa católica, que está representada por el inicio de la cuaresma, en la antigua Europa, era asumido como los tres días en donde se preparaba todo para la semana santa; la otra, es una manifestación prehispánica, relacionada con el culto a la fertilidad de la tierra, de ahí, el uso de los productos que de ésta se obtienen y el uso indispensable del agua.</p> <p>Es la fiesta más representativa de la provincia de Bolívar, ninguna otra fiesta es vivida y sentida como esta, en ella, se mezclan la tradición indígena y la española; además de la representación del “eterno entorno”, el cual se refiere al ciclo vital, que año tras año se vuelve a vivir, teniendo como ejemplo a las reconciliaciones que se experimentan entre enemistados.</p>

2. Centro histórico de Guaranda



Históricos

Arquitectura civil

Compuesto por un conjunto de casas construidas a comienzos del siglo XX. Hay algunas construcciones del siglo XIX.

Guardan en su diseño y estructura la genialidad de los constructores de antaño, que aprovecharon al máximo los materiales propios de la época: Tapial, adobe, adobón, teja, madera para pisos, puertas, ventanas, pasamanos, escaleras.

Desde cualquiera de las Siete Colinas se contempla una ciudad techada por tejas que le dan un aire señorial y una sensación de tapizado uniforme color marrón, propio de la teja guarandeña. Esta particularidad arquitectónica sirvió de base para que en 1997 le declaren a Guaranda Patrimonio Cultural del Ecuador.

Es uno de los principales atractivos turísticos de la ciudad. Sus casas de dos plantas, con balcones de madera tallada o combinado con hierro, paredes de adobe y adobón, masilladas y pintadas a gusto de sus propietarios, son el fiel reflejo de la herencia hispánica plasmada en esas construcciones.

Es una ciudad que recoge la influencia española. Alrededor del Parque Libertador, su parque central, están la Iglesia Catedral, el Palacio Municipal, la Gobernación, la Corte Provincial de Justicia.

3. Centro Cultural Indio Guaranga



Históricos

Arquitectura civil

Está ubicado en la colina de Cruz Loma.

Su estructura es magnífica, se asemeja a una fortaleza incásica, dominada por la escultura del cacique Guaranga. Uno de sus principales atractivos son sus terrazas, que permiten al visitante observar un maravilloso paisaje; conformado por la ciudad de Guaranda, el valle del Chimbo, el caudal formado por los ríos Guaranda y Salinas que corren paralelos a la ciudad, coronados por el majestuoso nevado Chimborazo.

En la base de ésta colina se encuentra el Museo del Centro Cultural Indio Guaranga con su exposición permanente de arqueología e historia; además posee un auditorio o centro de convenciones que proyecta películas todos los fines de semana.

El Centro Cultural Indio Guaranga fue fundado en Enero de 1987, bajo la administración del alcalde Arq. Ermel Campana Baux. Fue construido reemplazando a la cabeza del cacique Guaranga.

<p style="text-align: center;">4. Fiestas de San Pedro</p>  <p>Fuente. GADM Guaranda</p>	Etnografía	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	<p>Se celebra en la parroquia Guanujo.</p> <p>Su principal atractivo es la Iglesia en la que celebran las famosas festividades de San Pedro, el 29 de junio de cada año, duran más de quince días. En este lapso se puede disfrutar de fogatas bailables, toros de pueblo, chamizas y regocijos populares, en los que el visitante puede observar los disfraces de los sacerdotes, danzantes, curiangues, vacas locas, así como los juegos pirotécnicos, etc.</p>
<p style="text-align: center;">5. Fiestas de los Reyes Magos</p>  <p>Fuente. GAD Salinas</p>	Etnografía	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	<p>Se celebra en la parroquia de Salinas de Tomabela. Esta fiesta se lleva a cabo entre el 5 y 6 de enero donde recorren la plaza central y participan los miembros importantes de la parroquia y de las comunidades aledañas que se visten de reyes magos los mismos que usan capas de color rojo y coronas.</p> <p>Entre otros personajes de la fiesta están los vasallos que son quienes halan las riele de los caballos de los reyes, también hay curiangues, ángeles, etc. Todos estos personajes constituyen los sacerdotes de la fiesta.</p>

6. Elaboración de tejidos de lana, quesos y otros productos



Etnografía

Artesanía

Estas artesanías se elaboran en las parroquias de Guanujo y Salinas de Tomabela del cantón Guaranda.

Existen varias asociaciones integradas principalmente por mujeres que trabajan en el arte del bordado y la hilandería. En estas organizaciones elaboran una gama de productos como ropa de lana de alpaca, llama y borrego, billeteras, llaveros, cojines, varios modelos de bolsos, muñecos, tapetes, entre otros.

Así también como la elaboración de los diferentes tipos de quesos, muy reconocidos por su exquisito sabor.

<p>7. Cabalgatas y tracking en el Chimborazo</p> 	<p>Acontecimientos programados</p>	<p>Deportivos</p>	<p>Esta actividad se realiza en la Reserva faunística del Chimborazo.</p> <p>Para llegar a la montaña se debe tomar la carretera panamericana hasta la ciudad de Riobamba y luego el desvío (vía a San Juan), hacia el trayecto que va de Ambato a Guaranda, en la mitad del cual se encontrará claramente el inicio del camino al refugio.</p> <p>La aventura empieza sobre la nieve en el primer refugio del Chimborazo a 4600 metros sobre el nivel del mar. Por allí caminan los montañistas expertos, antes de ascender por este gigante de 6310 metros de altitud.</p>
<p>8. Día de los difuntos</p>  <p>Fuente. GADM Guaranda</p>	<p>Etnografía</p>	<p>Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares</p>	<p>En Guaranda se celebran esta fiesta, encargando una misa por el descanso del difunto y asistiendo a misas católicas, luego toda la familia visita el cementerio de la ciudad o el de la Iglesia Catedral.</p> <p>En el mismo cementerio de Guaranda y en las parroquias, los indígenas celebran este día de una manera muy especial: los familiares llevan al cementerio la colada morada, las guaguas de pan y otros alimentos que les gustaban a los difuntos. Alrededor de las tumbas comparten los alimentos y en familia se sirven.</p>

9. Feria y Mercados de ciudad de Guaranda



Fuente. GADM Guaranda

Etnografía

Ferias y
mercados

En la ciudad de Guaranda existe la plaza 15 de Mayo y los mercados 10 de Noviembre, 24 de Mayo (minorista), Primero de Mayo y Guanujo, cada uno de ellos merece ser visitado para adquirir diversos productos o servirse exquisitos platos típicos.

El día de feria: El sábado es el día de feria en Guaranda. En éste día hay gran movimiento comercial.

El mercado 10 de noviembre es el lugar destinado a la venta de productos de sierra y costa, su construcción fue en el año 1949 gracias a la iniciativa de señor alcalde Gabriel Silva del Pozo, debido a la falta de presupuesto el mercado se construyó a base de mingas por parte de la ciudadanía, su nombre fue registrado en honor a la gesta libertaria del año 1820.

En este mercado se expenden los deliciosos jugos con raspado de hielo, más conocidos como los rompe "nucas", es ideal si lo que se busca es degustar los platos típicos de la serranía ecuatoriana.

<p>10. Shamanismo</p> 	Etnografía	Shamanismo	<p>Esta práctica se realiza en la ciudad de Guaranda y alrededores.</p> <p>Es una actividad que la llevan a cabo hombres o mujeres indígenas, campesinos y mestizos, para curar y sanar a los pacientes de enfermedades como el espanto, mal aire, mal de ojo o enfermedades incurables.</p> <p>Inicia con la presencia del curandero y pacientes los días martes o viernes. Para el efecto emplean una serie de elementos como: velas, galletas, bananos, caramelos, hierbas verdes y tiernas. Otros curanderos utilizan también: tuestos, machetes, huevos, cuyes, rosarios, etc.</p>
<p>11. Pase del Niño</p> 	Etnografía	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	<p>Esta festividad se practica en la ciudad de Guaranda y parroquia de Guanujo.</p> <p>El Pase del Niño es una festividad que en Guaranda y Guanujo se celebra desde tiempos inmemoriales.</p> <p>Se realiza después de la Navidad, hasta la primera semana de enero. El pase empieza después de la misa que los sacerdotes ofrecen al Niño Dios en la Catedral de Guaranda. Una vez terminada la misa, en el atrio de la iglesia inicia el pase.</p>

<p style="text-align: center;">12. Juegos Populares</p>  <p>Fuente. GADM Guaranda</p>	<p>Etnografía</p>	<p>Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares</p>	<p>Parte de la cultura popular del Ecuador son los juegos populares, expresiones lúdicas asociadas a niños, jóvenes y adultos en las que también destacan las actividades lúdicas rituales.</p> <p>Entre los más tradicionales se encuentran:</p> <p style="text-align: center;"> La rayuela Las cogidas Las escondidas El trompo La sogá Las canicas </p>
<p style="text-align: center;">13. Elaboración de bebidas tradicionales (pájaro azul)</p>  <p>Fuente. GADM Guaranda</p>	<p>Acontecimientos programados</p>	<p>Gastronomía</p>	<p>Esta bebida tradicional se preparó inicialmente en el cantón Echeandía, pero actualmente se elabora en todo el subtrópico de la provincia. El aroma y sabor dependen de factores como el clima, suelo y proceso de preparación.</p> <p>El proceso de obtención del jugo de caña se realiza en las siguientes etapas:</p> <p>Corte: el corte de la caña se hace en segmentos aproximadamente de 1,50m de largo.</p> <p>Transporte de la caña: debe ser depositada bajo cubierta para evitar su secado.</p> <p>Molienda: se introduce la caña en el trapiche o molino, sometiéndola a fuertes presiones para extraer su jugo, al otro</p>



Fuente. GADP Bolívar

extremo del trapiche sale el bagazo con 50% de fibra leñosa.

Una vez obtenido el jugo de caña se procede a su tamización, fermentación, destilación y almacenamiento del alcohol.

Para elaborar el pájaro azul se necesitan estos ingredientes: alcohol etílico, anís, panela, carbón vegetal, mandarina, naranja, piña, guineo, hierba luisa, albahaca, guayaba, limas y gallinas enteras maceradas en alcohol, los mismos que se destilan dos veces para obtener esta bebida. Cabe recalcar que la coloración azul se obtiene tras usar las hojas de mandarina.

14. Helados “Rompe nucas”



Fuente. GADM Guaranda

Acontecimientos programados

Gastronomía

Es un helado que está hecho a base de leche, vainilla, canela, azúcar para que tome su contextura. Alrededor de su recipiente de acero inoxidable, se encuentra hielo, sal en grano y paja de páramo conformando la base en la cual se gira el instrumento para mezclar los ingredientes de este tradicional “rompe nucas”.

Este helado se lo puede degustar en el mercado 10 de noviembre.

15. Hornado



Fuente. GADP Bolívar

Acontecimientos programados

Gastronomía

El hornado de chancho es un plato típico de la ciudad Guaranda, por lo general hornean el chancho entero en un horno de arcilla. La receta original utiliza una bebida tradicional llamada chicha, y también utiliza manteca de chancho en vez de mantequilla.

Este plato puede degustarse en los mercados de la ciudad, especialmente en el 10 de noviembre.

16. Tortillas de trigo y de maíz



Fuente. GADM Guaranda

Acontecimientos programados

Gastronomía

Para hacer las tortillas de maíz se necesita: harina, masa y agua. Podemos añadir una pizca de sal. La harina es de maíz molido muy fina. El maíz se seca, se cocina, se muele y se seca otra vez. Se cocina en agua con cal hidratada, lo que le da a la masa su sabor único.

Se pueden encontrar estas tortillas en las calles García Moreno y 9 de abril.

<p style="text-align: center;">17. Semana santa</p> 	Etnografía	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	<p>A partir del domingo de ramos inician en la ciudad de Guaranda procesiones y misas en conmemoración de la semana mayor para los cristianos.</p> <p>Dentro de las celebraciones religiosas más representativas están las de viernes santo con la procesión de las imágenes de la Catedral San Pedro de Guaranda que se viene realizando desde el siglo anterior y ceremonias como las del Vía Crucis con cuadros vivos de cada una de las 14 Estaciones de este ancestral rezo católico, el sermón de las siete palabras y la adoración de la Cruz. La gastronomía que se destaca es la preparación de la fanesca, acompañada de picaditas de huevo, perejil, cebolla paiteña, rosquitas, empanaditas y unas gotitas de aceite de oliva.</p>
<p style="text-align: center;">18. Parque Libertador Simón Bolívar</p> 	Históricos	Zonas históricas	<p>Ubicado en las calles longitudinales Convención de 1884, Sucre y transversales García Moreno y 10 de Agosto.</p> <p>Es considerado como uno de los mejores parques de Guaranda, ubicado en el centro de la ciudad, allí se encuentra el monumento en honor a la memoria del Libertador Simón Bolívar, la pileta fue diseñada en 1928, por el célebre artista ecuatoriano Oswaldo Guayasamín. Su belleza y perfección, lo hacen uno de los principales centros de atracción y concentración de la sociedad guarandeña.</p>

<p>19. Parque Montufar</p> 	Históricos	Zonas históricas	<p>Ubicado en las calles longitudinales Pichincha Sucre, y transversales Johnson City, General Salazar.</p> <p>Según los historiadores, la pileta de este parque fue la primera que se había colocado en el Parque Central, luego se la reubicó en éste parque; esta pileta es de arte antiguo, fue guardada por varios años en las bodegas del Municipio, luego la trasladaron a este parque, donde hoy reposa incompleta. Pues han desaparecido los gansos y las ramas metálicas.</p>
<p>20. Parque Los Leones</p> 	Históricos	Zonas históricas	<p>Ubicado en las calles Isidro Ayora y Elisa Mariño de Carvajal.</p> <p>Fue inaugurado en la administración del Arq. Ermel Campana Baux 1984 – 1988. Este nombre se debe precisamente porque la mayoría de los moradores del sector son miembros del Club de Leones, entidad que trabaja en beneficio social. En el centro del parque se encuentra un monumento dedicado a un león, símbolo de ese club. Este parque embelleció el barrio y mejoró la imagen de la ciudad.</p>

<p>21. Parque Manuel de Echeandía</p> 	Históricos	Zonas históricas	<p>Ubicado en las calles General Enríquez y Manuela Cañizares.</p> <p>Este parque se edifica en honor a Manuel de Echeandía, patriota ecuatoriano, nacido en 1783 en Guaranda y muerto en 1850 en Caracas. De procedencia criolla, colaboró activamente en la independencia de Venezuela. Desempeñó cargos de importancia económica en la Gran Colombia y luego en Venezuela, tras su separación de Colombia.</p>
<p>22. Plaza 15 de Mayo</p> 	Históricos	Zonas históricas	<p>Ubicada en las calles longitudinales 9 de Abril, 7 de Mayo transversales Selva Alegre, Maldonado.</p> <p>En esta plaza se jugaban corridas populares de toros. Antes se trató de hacerla un parque y hasta se llegó a plantar algunos árboles de nogal.</p> <p>Esta plaza cuenta con parqueaderos, locales comerciales, plaza cultural para eventos y rescate de valores y tradiciones, con capacidad para 14.000 personas.</p>

<p>23. Casa de Ángel Polibio Chávez</p> 	<p>Etnografía</p>	<p>Arquitectura vernácula</p>	<p>Ubicada en las calles Sucre y 10 de Agosto.</p> <p>Esta casa en la que habitó Ángel Polibio Chávez es hecha de teja, adobón y madera.</p> <p>Nació en Guaranda, Ángel Polibio Chávez fue periodista, militar, diputado y primer gobernador de la provincia; publicó artículos en los principales diarios y revistas del país. Desde el Congreso Nacional consiguió la emancipación política de la provincia de Bolívar.</p>
<p>24. Casa de Gabriel Galarza</p> 	<p>Etnografía</p>	<p>Arquitectura vernácula</p>	<p>Ubicada en las calles Sucre y 10 de Agosto.</p> <p>Este personaje Guarandeño fue hijo del señor Gabriel Galarza y la señora María Antonia González.</p> <p>Fue gobernador de la Provincia Bolívar, Diputado de la Asamblea Nacional Constituyente, Presidente y Concejal del Municipio de Guaranda en varios períodos en los cuales impulso trabajos de alcantarillado y agua potable de Guaranda y la construcción del Parque Libertador.</p>

<p>25. Palacio Municipal</p> 	<p>Históricos</p>	<p>Arquitectura civil</p>	<p>Ubicado en las calles Convención de 1884 y García Moreno.</p> <p>Desde 1736 ésta edificación perteneció al corregidor de chimbo, Gral. José de Unda y Luna, para posteriormente ser propietario, el coronel Fernando de Echeandía.</p> <p>En esta casa nació el héroe, Manuel de Echeandía, que años más tarde se enrolaría en las tropas patriotas, y del que fue tesorero el general, luchó junto a Simón Bolívar, libertador de cinco naciones.</p>
<p>26. Iglesia Catedral</p> 	<p>Históricos</p>	<p>Arquitectura religiosa</p>	<p>Ubicada en las calles Convención de 1884, 10 de Agosto y Sucre.</p> <p>En el interior del templo se nota el arte y la vida religiosa que la rodea. El alto índice de la conservación de sus reliquias y la importancia de éstas hace que Guaranda sea considerada unas de las ciudades históricamente más importantes de Ecuador.</p> <p>Su fachada está dominada por dos hermosas torres y la Cruz que data de la época de la colonia; además se puede apreciar arcos de medio punto en las naves y en las ventanas junto a las naves se levantan las capillas, donde se puede apreciar hermosas pinturas y tallados en madera.</p>

<p>27. Iglesia San Vicente Ferrer</p> 	<p>Históricos</p>	<p>Arquitectura religiosa</p>	<p>Ubicada en las calles Convención de 1884, Johnson City y General Salazar.</p> <p>Su construcción data del año de 1967, con la ayuda de Monseñor Cándido Rada entonces Obispo de la Diócesis de Guaranda, la iglesia de San Vicente Ferrer vino a llenar un vacío para los feligreses del sector sur como de algunos recintos aledaños.</p>
<p>28. Iglesia Santa Marianita de Jesús</p> 	<p>Históricos</p>	<p>Arquitectura religiosa</p>	<p>Ubicada en las calles 7 de Mayo y Manuela Cañizares.</p> <p>Los planos de esta iglesia fueron diseñados por la Madre Delfina Troya. Esta iglesia se construyó en el sitio que ocupaba una casa de un solo piso, en la cual se vertían una serie de leyendas, al extremo que se dio por llamar la “Casa del Duende”, así lo menciona el libro “Tierras de Bolívar, estampas y leyendas” del Dr. César Augusto Saltos.</p> <p>Su construcción es de estilo neoclásico con rasgos del estilo gótico, elaborada en adobe, el tumbado es de bahareque, el techo de madera y la cubierta de teja. La</p>

			<p>fachada principal es casi en su totalidad de piedra labrada, vemos que existen dos torres y en la mitad se puede mirar una imagen de Santa Marianita, Patrona de esta Congregación Religiosa, además debemos tomar en cuenta el gran rosetón cubierto con vitrales de colores.</p>
<p>29. Iglesia San Pedro de Guanujo</p> 	<p>Históricos</p>	<p>Arquitectura religiosa</p>	<p>Ubicada en las calles Adolfo Páez y Carabobo en la parroquia Guanujo.</p> <p>Está ubicada a un costado del parque de Guanujo, en la calle Carabobo. Es uno de los principales atractivos de este sector por su magnífica construcción comparada con la iglesia catedral de la ciudad de Guaranda. Su altar mayor tiene revestimientos de pan de oro, su techo es decorado con ángeles, una circunstancia característica de este templo.</p>

Fuente. Dpto. de turismo, GADM de Guaranda, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

2) Cobertura de servicios

a) Hospedaje

De acuerdo al catastro turístico en el cantón Guaranda del año 2014, existen los siguientes establecimientos de hospedaje que se consideran como parte de la oferta complementaria:

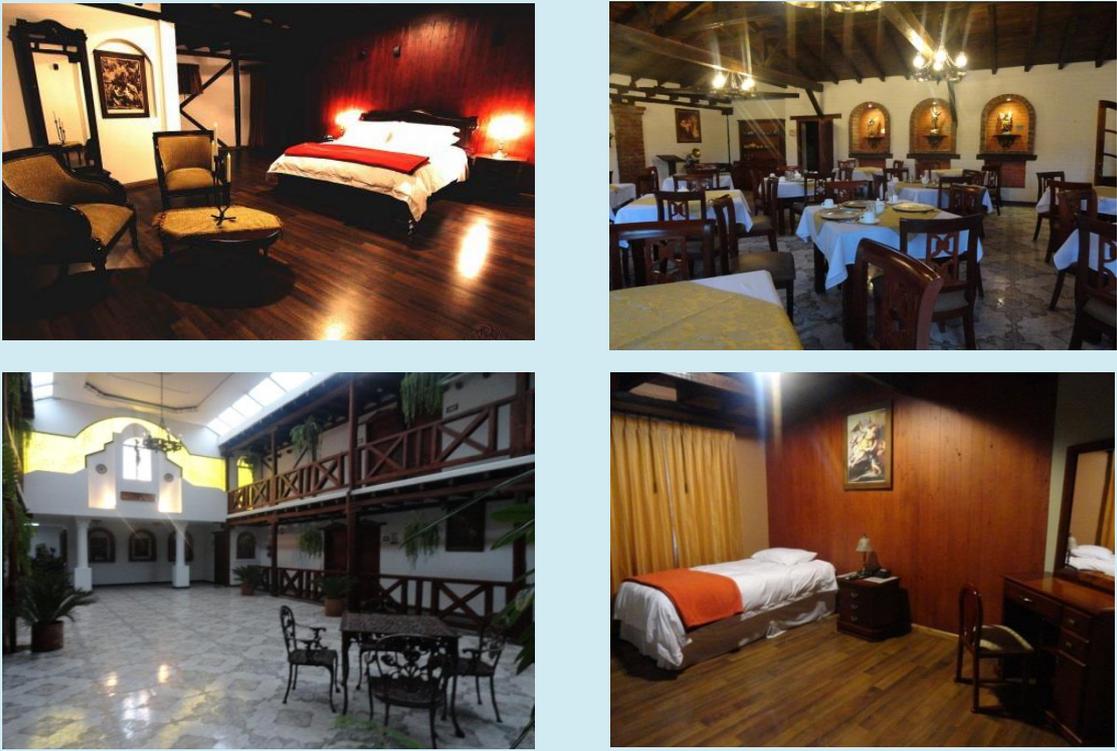
Cuadro 54. Hotel Tambo Libertador

NOMBRE		TIPO	CATEGORÍA
Tambo Libertador		Hotel	Primera
UBICACIÓN	Av. Guayaquil, frente al comando de Policía No 11		
CONTACTO	Teléfonos: 2980-634 / 2985-999 Página web: www.hoteltambolibertador.com		
SERVICIOS		CAPACIDAD	PRECIOS
-Habitaciones con baño privado. -Restaurante. -Internet inalámbrico. -Parqueadero. -Salón de eventos. -Lavandería. -Teléfono.		30 hab. 63 pax/plaza	Simple \$ 23,00 Doble \$40,00 Triple \$ 55,00 (Incluye impuestos y desayuno)
		57 mesas 228 pax/plaza	
INSTALACIONES			
  			

Fuente. Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2014.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Cuadro 55. Hostería El Ángel

NOMBRE		TIPO	CATEGORÍA
El Ángel		Hostería	Primera
UBICACIÓN	Comunidad Vinchoa S/N y Vía a Riobamba		
CONTACTO	Teléfono: 2225075 Email: hosteriaelangel@hotmail.com Página web: www.hosteriaelangel.com		
PROPIETARIO	Ángel Rodrigo Goyes Noboa		
SERVICIOS	CAPACIDAD	PRECIOS	
-Internet inalámbrico -Estación gratuita de café y té -Asistencia con las transferencias para los huéspedes por un costo adicional. -Restaurante y bar con servicio de habitaciones. -Juegos interactivos -Tours, campings, excursiones. -Parqueadero privado. -Tv cable.	17 habitaciones 40 pax/plaza	Sencilla \$ 22.40 -Doble \$ 44.80.	
	23 mesas 92 pax/plaza	-Familiar \$ 67.20. -Suite \$ 61.60. (Includo IVA , 10% de servicio , desayuno)	
INSTALACIONES			
			

Fuente. Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2014.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Cuadro 56. Hostal La Colina

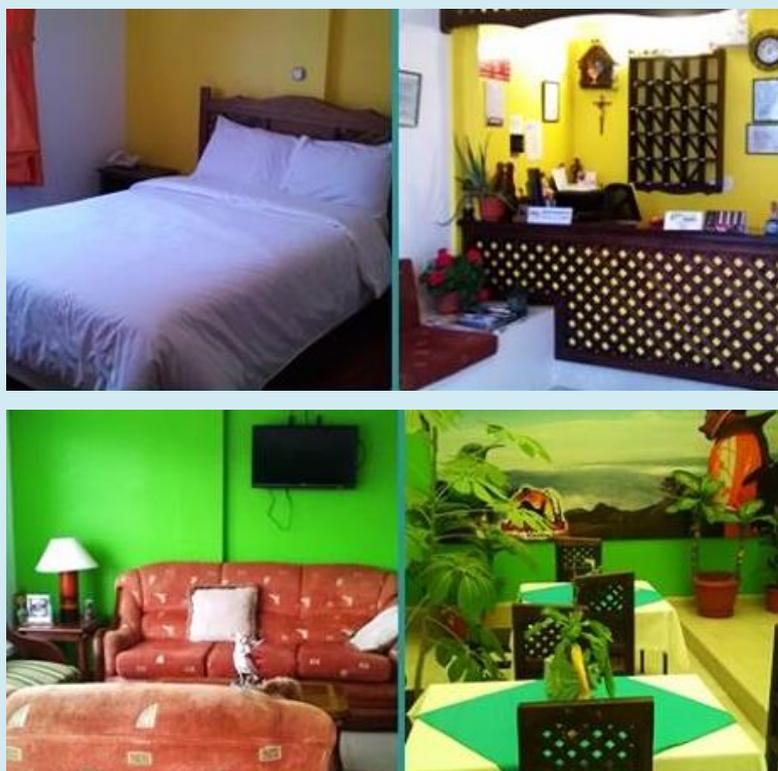
NOMBRE		TIPO	CATEGORÍA
La Colina		Hostal	Primera
UBICACIÓN	Av. Guayaquil y Pasaje Ambato		
CONTACTO	Teléfono: 2980666 Página web: www.ecostravel.com/ecuador/guaranda/hotel-la-colina.		
PROPIETARIO	Miguel Adrián Campana Silva		
SERVICIOS		CAPACIDAD	PRECIOS
-Baño privado -Restaurante -Internet inalámbrico -Parqueadero -Salón de eventos -Lavandería -Teléfono		20 hab.	Simple \$ 40
		42 pax/plaza	Doble \$ 70
		29 mesas	Triple \$ 100
		116 pax/plaza	(incluido desayuno + servicios e impuestos)
INSTALACIONES			
   			

Fuente. Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2014.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Cuadro 57. Hostal Mama Rumi

NOMBRE		TIPO	CATEGORÍA
Mama Rumi		Hostal	Primera
UBICACIÓN	Cda. Coloma Román - Calle Rómulo Torres		
CONTACTO	Teléfono: 2980603		
PROPIETARIO	Carlos Marcelo Chaves de Mora		
SERVICIOS		CAPACIDAD	PRECIOS
-Habitaciones con baño privado. -Agua caliente. - Wi-Fi -Garaje -Tv. Cable		20 hab.	Simple \$ 100
		38 pax/plaza	Doble \$ 100 Triple \$ 150
		8 mesas	Matrimonial \$ 100
		32 pax/plaza	(incluye desayuno, IVA + servicios)

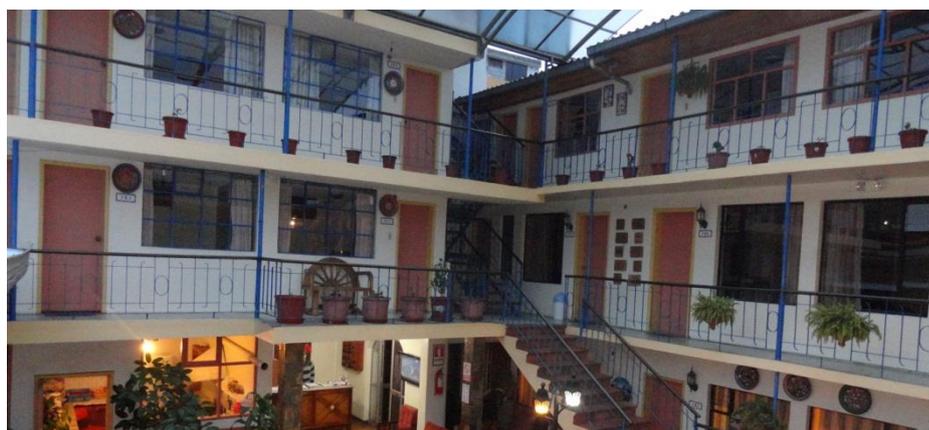
INSTALACIONES

Fuente. Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2014.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Cuadro 58. Hostal Bolívar

NOMBRE		TIPO	CATEGORÍA
Bolívar		Hostal	Primera
UBICACIÓN	Antonio José de Sucre 704 y Vicente Rocafuerte		
CONTACTO	Teléfono: 2980547 Email: hbguaranda@gmail.com Página web: hotelbolivar.wordpress.com		
PROPIETARIO	José Alejandrino Núñez Freire		
SERVICIOS		CAPACIDAD	PRECIOS
-Habitaciones Ejecutivas -T.V. Cable -Wi Fi -Restaurante -Salón de Eventos -Parqueadero		25 hab. 53 pax/plaza	Simples: \$ 20 dólares Dobles: \$ 35 dólares (Incluye el IVA)

INSTALACIONES

Fuente. Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2014.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Cuadro 59. Hostal Mansión del parque

NOMBRE		TIPO	CATEGORÍA
Mansión del parque		Hostal	Primera
UBICACIÓN	Sucre S/N y 10 de Agosto		
CONTACTO	Teléfonos: 2 981-513 / 2 984 – 468 / 099569105 / 099442943 Email: guaranda@mansiondelparque.com Página web: www.mansiondelparque.com		
PROPIETARIO	Magdalena Clemencia Tapia Lombeida		
SERVICIOS		CAPACIDAD	PRECIOS
-Habitaciones con baño privado. -Agua caliente. -Internet Wi-Fi - TV Cable		12 hab. 23 pax/plaza	Por persona \$ 25 (Incluye desayuno + IVA)
		14 mesas 56 pax/plaza	
INSTALACIONES			
			

Fuente. Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2014.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Cuadro 60. Hostal Santa fe

NOMBRE		TIPO	CATEGORÍA
Santa fe		Hostal	Tercera
UBICACIÓN	10 de Agosto 804 y 9 de Abril		
CONTACTO	Teléfonos: 2- 981-526 Email: hostalsantafeg@hotmail.com		
PROPIETARIO	Edison René Patiño Ayala		
SERVICIOS		CAPACIDAD	PRECIOS
Habitación con baño privado. -Agua caliente -TV cable		15 hab. 36 pax/plaza	Simple \$ 8 Doble \$ 15 Triple/Matrimonial \$ 15 (Incluye IVA)
INSTALACIONES			
  			

Fuente. Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2014.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Cuadro 61. Hostal Balcón cuencano

NOMBRE		TIPO	CATEGORÍA
Balcón cuencano		Hostal	Tercera
UBICACIÓN	Sucre entre 10 de Agosto y Olmedo		
CONTACTO	Teléfono: 2981-902		
PROPIETARIO	Rosa Armijos Armijos		
SERVICIOS		CAPACIDAD	PRECIOS
-Habitación con baño privado. -TV Cable -Agua caliente		25 hab. 41 pax/plaza	Por persona \$ 7
INSTALACIONES			
			

Fuente. Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2014.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Cuadro 62. Hostal residencia Cochabamba

NOMBRE		TIPO	CATEGORÍA
Cochabamba		Hostal residencia	Tercera
UBICACIÓN	García Moreno y 7 de Mayo		
CONTACTO	Teléfono: 2981958 Email: hotelcochabamba@yahoo.es Página web: hotelcochabamba.blogspot.com		
PROPIETARIO	Zaida Moya Jiménez		
SERVICIOS		CAPACIDAD	PRECIOS
- Habitaciones con baño privado. -TV cable -Agua caliente -Internet -Garaje -Salón de eventos		19 hab. 62 pax/plaza	Simple \$ 15,00 Doble \$ 25,00 Triple \$ 12,50 por persona. (no incluye IVA)
INSTALACIONES			
<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>			

Fuente. Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2014.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Cuadro 63. Hostal residencia Ejecutivo Bahía

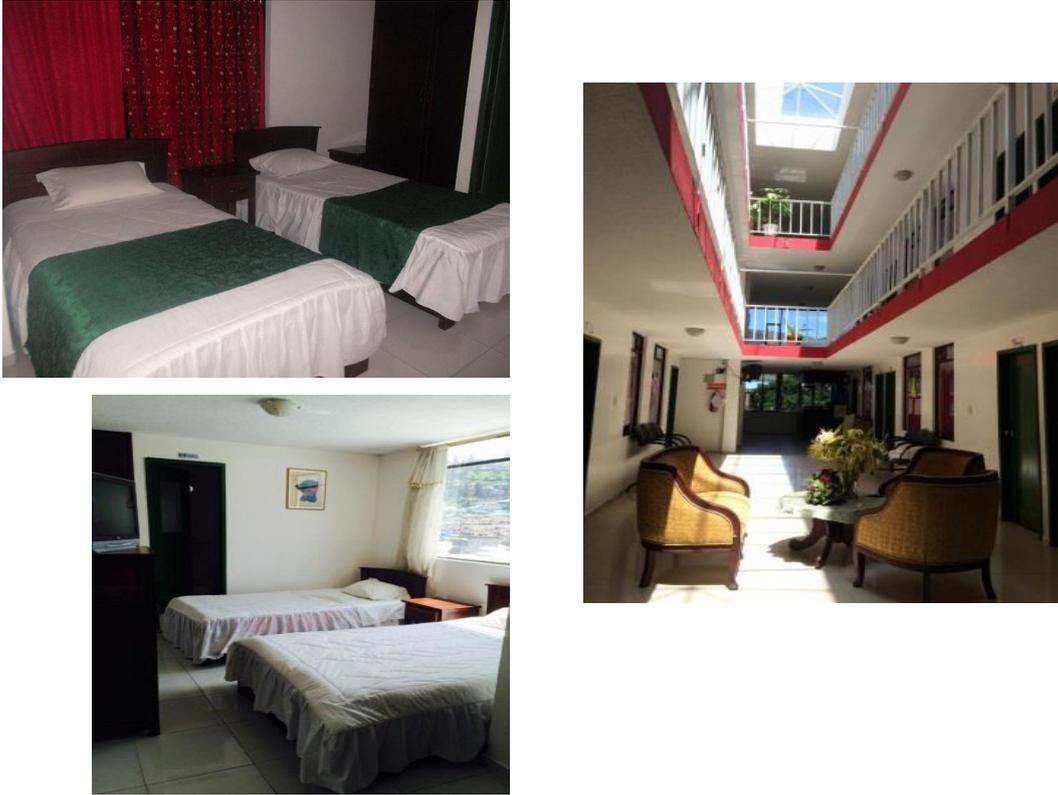
NOMBRE		TIPO	CATEGORÍA
Ejecutivo Bahía		Hostal residencia	Tercera
UBICACIÓN	García Moreno 803 y 9 de Abril		
CONTACTO	Teléfono: 2980044		
PROPIETARIO	Carmita Yolinda Gaibor Pilamunga		
SERVICIOS		CAPACIDAD	PRECIOS
-Habitaciones con baño privado. -Servicio de restaurante -TV Cable. -Agua caliente las 24 horas -Servicio de fax. -Parqueadero		16 hab. 26 pax/plaza	Simple \$ 8,00 Doble \$ 16,00 Matrimonial \$ 16,00 (No incluye IVA)

INSTALACIONES

Fuente. Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2014.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Cuadro 64. Hotel residencia Colonial

NOMBRE		TIPO	CATEGORÍA
Colonial		Hotel residencia	Tercera
UBICACIÓN	9 de Abril y 10 de Agosto		
CONTACTO	Teléfono: 2980385		
PROPIETARIO	Marcelo Alcibíades Ipiales Montesdeoca		
SERVICIOS		CAPACIDAD	PRECIOS
-Habitaciones con baño privado. -Agua caliente -TV cable. -Internet Wi-Fi -Restaurante y cafetería -Sala de recepciones -Servicio de garaje		30 hab. 73 pax/plaza	Por persona \$ 12 (Incluye desayuno, IVA y servicios)
INSTALACIONES			
			

Fuente. Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2014.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Cuadro 65. Hostal residencia Casmar

NOMBRE		TIPO	CATEGORÍA
Casmar		Hostal residencia	Tercera
UBICACIÓN	Pichincha 504 y Olmedo		
CONTACTO	Teléfono: 2980593		
PROPIETARIO	Cesar Alberto Castro Alqui		
SERVICIOS		CAPACIDAD	PRECIOS
-Habitación con baño privado. -TV cable. -Agua caliente		12 hab. 24 pax/plaza	Simple \$ 8,00 Doble \$ 16,00 (No incluye IVA)
INSTALACIONES			
			

Fuente. Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2014.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Cuadro 66. Hotel residencia El Márquez

NOMBRE		TIPO	CATEGORÍA
El Márquez		Hotel residencia	Tercera
UBICACIÓN	10 de Agosto y Eloy Alfaro		
CONTACTO	Teléfono: 2981306		
PROPIETARIO	Luis Romero Vargas		
SERVICIOS		CAPACIDAD	PRECIOS
-Habitaciones con baño privado. -Agua caliente las 24 horas -Restaurante -Internet inalámbrico -Parqueadero -Salón de eventos -Lavandería. -Teléfono		33 hab. 86 pax/plaza	Simple \$ 16.80 Doble:\$ 22.40 Triple:\$ 33.60 (incluido IVA y servicios)
INSTALACIONES			
<div style="display: flex; flex-wrap: wrap;"> <div style="width: 50%; text-align: center;">  </div> <div style="width: 50%; text-align: center;">  </div> <div style="width: 50%; text-align: center;">  </div> <div style="width: 50%; text-align: center;">  </div> </div>			

Fuente. Catastro turístico de la ciudad de Guaranda, 2014.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

b) Alimentación

Cuadro 67. Catastro de establecimientos de alimentación en Guaranda

RESTAURANTES						
Nombre	Categoría	Dirección	Propietario	Total mesas	Total plazas	Contacto
La Bohemia	Segunda	Convención 1884 y 10 de agosto	Tannya Vargas	15	60	2984368
La Estancia	Segunda	García Moreno y Sucre	Edison Ponce	12	48	298315 Mail: ediponce@hotmail.com
El Típico Trigal	Segunda	Vía a Vinchoa central	Gloria Hernández	17	68	2251130
Chifa Gran Cangrejo Rojo	Tercera	10 de Agosto s/n y 7 de Mayo	Kuang Jianbo Huang	16	64	2983871
Listo El Pollo	Tercera	9 de Abril s/n y Azuay	Guillermo Guaita	16	64	2981314
Chifa Hong Kong	Tercera	Sucre y Olmedo	Yang Bingchu	7	28	
Señora Pizza	Tercera	Av. General Enríquez 526 y Cándido Rada	Teresita de Jesus Lliguisupa	10	40	2983483 Mail: teresital.70@hotmail.es
Pollo Maravilla	Tercera	10 De Agosto y 9 De Abril	Letty Ibarra	10	40	
Gran Bolívar	Tercera	Sucre 704 y Olmedo	Liliana Núñez	12	48	2982047
Rincón del Sabor	Tercera	Olmedo entre Convención y Sucre	Sara Saltos	10	40	2984023
Pollito feliz	Tercera	Espejo y Pichincha 301	Flor María Rosillo	10	40	2985530
Chifa Pekin	Tercera	Sucre 907 y García Moreno	Luis Libravo	10	40	2980525
La Tentación de San Andrés	Tercera	García moreno y Pichincha	Carlos Gavilánez	12	48	0998347837 Mail: gavilanez.andre s@hotmail.com

La casa del Gaucho	Tercera	Av. Cándido Rada #200 y Av. Guayaquil	Isabel Alarcón	21	84	
Tillilag	Tercera	9 de Abril y Manuela Cañizares	Elisa Granja	7	28	2986090 Mail: dannysolarate21@hotmail.com
Criss Event`s	Tercera	Cristina García	Azuay y Convención de 1884	12	48	2980573
Pizzería Bonn Giorno	Tercera	Irina Ortega	Sucre y García Moreno	8	32	2983603
La gran puerta de Alcalá	Tercera	Gonzalo Espín	García Moreno s/n y Antonio Ante	14	56	2985918 Mail: lapuertadealcala@hotmail.es
Selfservice Buffet Fusion	Tercera	Delia Arguello	Sucre y García Moreno	10	40	0990193273 Mail: deliaarguello_9@hotmail.com
Chifa Guaranda	Tercera	Zheng Yunping	Av. Cándido Rada y General Enríquez	8	32	0969074168 Mail: zheng-20@hotmail.com
Marisquearía La Boca del Río	Tercera	Tania Espinoza	General Enríquez 214 y García Moreno	6	24	0992932993
El Forastero	Cuarta	Nexar Zambrano	García Moreno entre 9 de Abril y Gral. Enríquez	12	48	0998985229
Mediterráneo	Cuarta	Oswaldo Morejón	General Enríquez y Cándido Rada	24	96	
La cabaña del Dorado	Cuarta	Cristóbal Acosta	Recinto 4 Esquinas vía Ambato	5	20	0993373340
CAFETERÍAS						
Nombre	Categoría	Dirección	Propietario	Total mesas	Total plazas	Contacto
Siete Santos	Segunda	Convención 1884 y 10 de Agosto	Alicia Larrea	25	100	2980612
Café Concierto Pool Tocata	Tercera	Convención de 1884 y García Moreno	Sonia Montero	8	32	2980668

FUENTES DE SODA						
Nombre	Categoría	Dirección	Propietario	Total mesas	Total plazas	Contacto
Paraíso de las Frutas y Algo Más	Segunda	Sucre y García	Livingston Prado	7	28	Mail: livingp@gmail.com
El Taquito	Tercera	10 de Agosto y 9 de Abril	Consuelo Burbano	4	16	2983907
Pastelería Juad'S	Tercera	Convención De 1884 y Azuay	Luis Flores	4	16	0998470986
Sweet Bakery	Tercera	Av. Cándido Rada 110 Y 9 De Abril	Elsa Pazmiño	4	16	282098

Fuente. Dpto. de Turismo GADM Guaranda, 2014.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

c) Recreación y diversión

Cuadro 68. Catastro de establecimientos de recreación y diversión en Guaranda

BARES						
Nombre	Categoría	Dirección	Propietario	Total mesas	Total plazas	Contacto
Bloom Exclusive	Tercera	Av. Elisa Mariño de Carvajal , Barrio El Peñón	Mauricio Núñez	5	20	0981923786
Taberna Music Bar Jorguito	Tercera	Av.5 de Junio S/N y Espejo	Jorge Enrique Bonilla Martínez	9	36	2981827
DISCOTECAS						
Nombre	Categoría	Dirección	Propietario	Total mesas	Total plazas	Contacto
X QUE NO?	Segunda	9 de Abril y 10 de Agosto	Nashely Alexandra Valdivieso Lucio	15	60	2982875 Mail: Nasaleval78@hotmail.es
La Terraza Guarandina	Segunda	Azuay S/N Y Antigua Colombia	Paulo Álvarez	25	100	2985567 Mail: polholho_08@hotmail.com

TERMAS Y BALNEARIOS						
Nombre	Categoría	Dirección	Propietario	Total mesas	Total plazas	Contacto
Complejo Turístico La Rueda Spa	Segunda	Av. Caracas Y Roberto Arregui	Enrique Escobar	8	32	2983624 Mail: samytour_2006@yahoo.es

Fuente. Dpto. de Turismo GADM Guaranda, 2014.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

3) Líneas de productos

Cuadro 69. Líneas de productos del cantón Guaranda

LÍNEAS DE PRODUCTOS	VARIEDAD DE PRODUCTOS	ATRATIVOS
Ecoturismo y de turismo naturaleza	Ríos, lagos, lagunas y cascadas	-Cascada de Ishpingo. -Laguna Las Cochas, (Puricocha y Patocochoa).
	Reservas	Reserva de producción Faunística Chimborazo
Turismo cultural	Fiestas populares	-Carnaval de Guaranda. -Pase del Niño en la ciudad de Guaranda y parroquia de Guanujo. - El Día de los Difuntos. -Fiestas por San Pedro en la parroquia de Guanujo. - Fiesta de los Santos Reyes en la parroquia de Salinas. -Semana santa en el cantón Guaranda.
	Patrimonio cultural	-Centro Histórico de la ciudad de Guaranda. -Museo y Centro Cultural Indio Guaranga.
	Patrimonio natural	Yacimientos Mineros en la parroquia de Salinas.
	Turismo arqueológico	Cañón de las Tiaguas en la parroquia de Salinas
	Mercados y artesanías	-La Feria y Mercados de ciudad de Guaranda. -Feria Indígena el día Sábado en la ciudad de Guaranda y parroquias de Guanujo y Simiatug -Artesanía, Elaboración de Tejidos de Lana, Quesos y otros productos en la parroquia de Salinas.
Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres	Andinismo al Chimborazo

Fuente. Dpto. de Turismo GADM Guaranda, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

3. Confrontación oferta vs demanda

a. Proyección de demanda potencial

Existe un 82% de aceptación al producto por parte del segmento de la población económicamente activa de la ciudad de Guaranda, es decir, 28.801 personas.

Cuadro 70. Proyección de la demanda potencial del segmento PEA de Guaranda

Año	Clientes
2016	29.239
2017	29.683
2018	30.134
2019	30.592
2020	31.057
TOTAL	150.705

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.

En el caso de los turistas extranjeros el nivel de aceptación es 60%, reflejándose en 358 personas, y en el segmento de turistas nacionales es de 79%, siendo 11.172 personas.

Cuadro 71. Proyección de la demanda potencial del segmento

Año	Turistas nacionales	Turistas extranjeros
2016	12.624	385
2017	14.266	413
2018	16.120	444
2019	18.142	477
2020	20.584	512
TOTAL	81.736	2.231

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.

b. Proyección de la oferta potencial

Para determinar la oferta sustitutiva enfocada hacia el segmento de la población económicamente activa de Guaranda, se ha considerado a la cooperativa de transporte urbano Universidad de Bolívar, que circula por la ciudad, la misma que ha tenido 11.913 clientes en el 2014.

Cuadro 72. Proyección clientes cooperativa Universidad Estatal de Bolívar

Año	Clientes anuales
2016	12.094
2017	12.278
2018	12.465
2019	12.654
2020	12.846
TOTAL	62.337

Fuente. Dirección de tránsito GADM Guaranda, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Para la oferta turistas nacionales y extranjeros se ha identificado como oferta sustitutiva a la parroquia Salinas de Tomabela, que ha captado un promedio de 9089 turistas en el 2014.

Cuadro 73. Proyección turistas de la parroquia de Salinas

Año	Clientes anuales
2016	10.271
2017	11.604
2018	13.114
2019	14.819
2020	16.745
TOTAL	66.553

Fuente. Itur parroquia de Salinas, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

c. Demanda insatisfecha

Cuadro 74. Demanda insatisfecha del segmento PEA de Guaranda

Año	Demanda potencial	Oferta potencial	Demanda insatisfecha
2016	152.996	63.285	89.711
2017	155.321	64.246	91.075
2018	157.682	65.223	92.459
2019	160.079	66.214	93.865
2020	162.512	67.221	95.291
TOTAL	788.590	326.189	462.401

Fuente. Análisis de oferta y demanda para el proyecto, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Cuadro 75. Demanda insatisfecha del segmento de turistas

Año	Demanda potencial	Oferta potencial	Demanda insatisfecha
2016	94.882	75.205	19.677
2017	107.217	84.982	22.235
2018	121.156	96.029	25.127
2019	136.906	108.513	28.393
2020	154.704	122.620	32.084
TOTAL	614.865	487.349	127.516

Fuente. Análisis de oferta y demanda para el proyecto, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

4. Plan mercadotécnico

a. Producto

1) Valor diferencial

El producto turístico de buses tipo tranvía para la ciudad de Guaranda cuenta con características diferenciales, que hacen de éste un servicio atractivo y de calidad.

a) Características físicas

- El bus tranvía consta de un chasis para bus o trolebús, sobre el cual se monta una carrocería de tubería estructural con material galvanizado y apliques de madera y vidrio.
- En la parte interior, los asientos son de madera y tienen accesos individuales a las ventanas.
- Las lámparas y focos, ubicados en el techo, parte lateral de los asientos y pasillo decoran la unidad y aumentan la sensación de estar viajando en un verdadero tranvía.
- Capacidad para 28 pax.

b) Características de operatividad

Este producto está dirigido a dos segmentos de mercado distintos: turistas nacionales y extranjeros que llegan al cantón, para conocer sus atractivos y la población de la ciudad que puede movilizarse en este medio de transporte y revalorizar su patrimonio.

Se cuenta con la facilidad de guías turísticos aptos para interpretar todos los atractivos del recorrido, un chofer uniformado para cada unidad de transporte,

sistema de elevador para personas con discapacidad y seguridad municipal durante el trayecto.

2) Branding

a) Imagotipo

La imagen del proyecto turístico de buses con apariencia de tranvía se conforma por el diseño de las siete colinas de Guaranda en la parte superior y el slogan “una experiencia encantadora” haciendo referencia a la idea de salir de la cotidianidad de recorrer una ciudad en buses regulares y hacerlo en aquellos que parezcan autoferos o tranvías; escrito con letras blancas y un relieve dorado que le da elegancia.



Gráfico 2. Imagotipo del proyecto turístico de buses tipo tranvía

b) Colores del proyecto

- **Azul**

Este color se asocia con el cielo, el mar y el aire. Se le asocia con la circunspección y las emociones profundas. También tiene un simbolismo de melancolía y de calma, de dignidad y salud. La sensación de placidez que provoca el azul es distinta de la calma o reposo terrestres, propios del verde. Expresa armonía, amistad, fidelidad, serenidad, sosiego. (proyectacolor.cl. 2013)

- **Dorado**

Significa fortaleza del cuerpo y espíritu. El oro significa dinero, felicidad y lujo, sentimiento de alegría y viveza pero también un aura sombrío y tradicional. Es el color que más se asocia a la belleza. (proyectacolor.cl. 2013)

- **Blanco**

El blanco significa seguridad, pureza y limpieza. A diferencia del negro, el blanco por lo general tiene una connotación positiva. Puede representar un inicio afortunado. En publicidad, al blanco se le asocia con la frescura y la limpieza porque es el color de nieve. En la promoción de productos de alta tecnología, el blanco puede utilizarse para comunicar simplicidad. (significado-colores.com.2012)

- **Rojo**

Es un color muy intenso a nivel emocional. Mejora el metabolismo humano, aumenta el ritmo respiratorio y eleva la presión sanguínea. Trae el texto o las imágenes con este color a primer plano resaltándolas sobre el resto de colores. Es muy recomendable para conminar a las personas a tomar decisiones rápidas durante su estancia en un sitio web. (significado-colores.com.2012)

c) Papelería

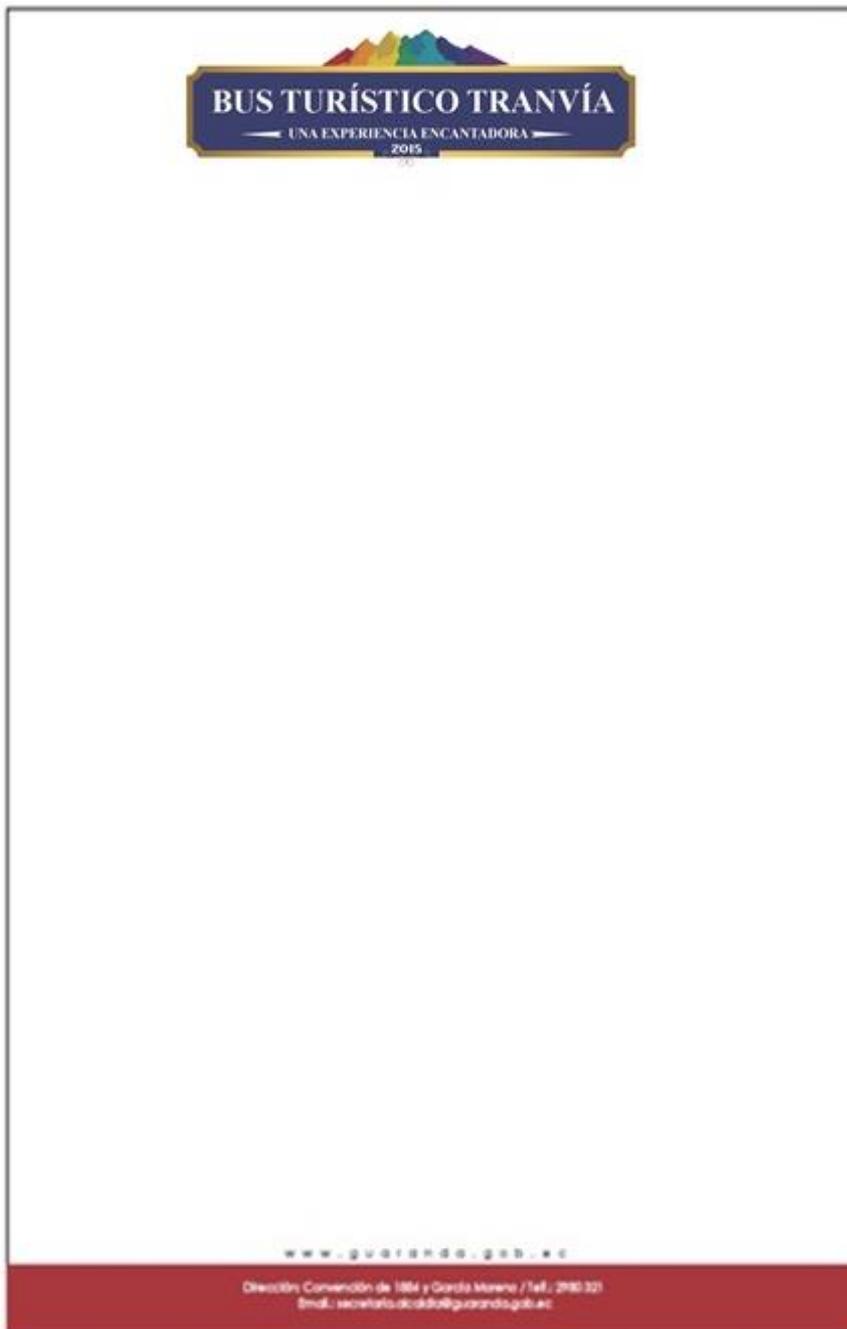


Gráfico 3. Hoja membretada

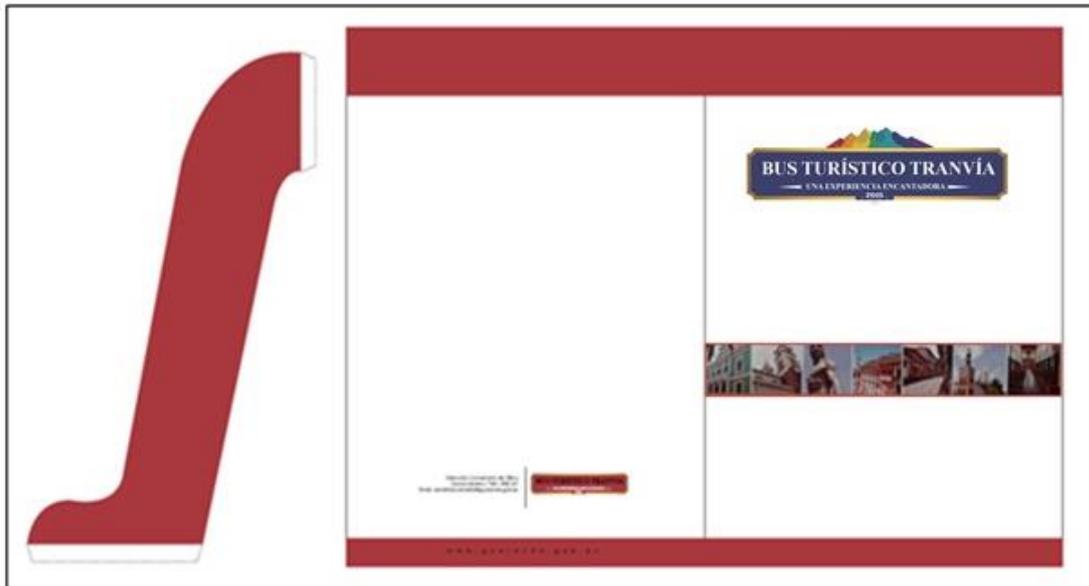


Gráfico 4. Carpeta membretada



Gráfico 5. Tarjeta de presentación

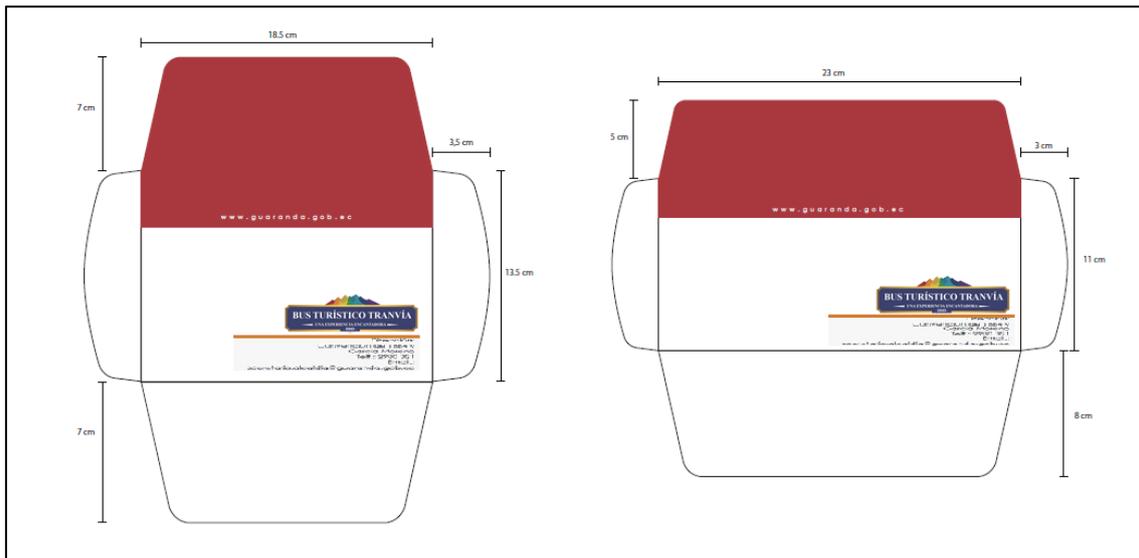


Gráfico 6. Sobres

d) Uniformes

Los uniformes que serán utilizados por las guías turísticas tienen los colores: azul marino, blanco y rojo, en referencia a los colores de la bandera de la ciudad de Guaranda.

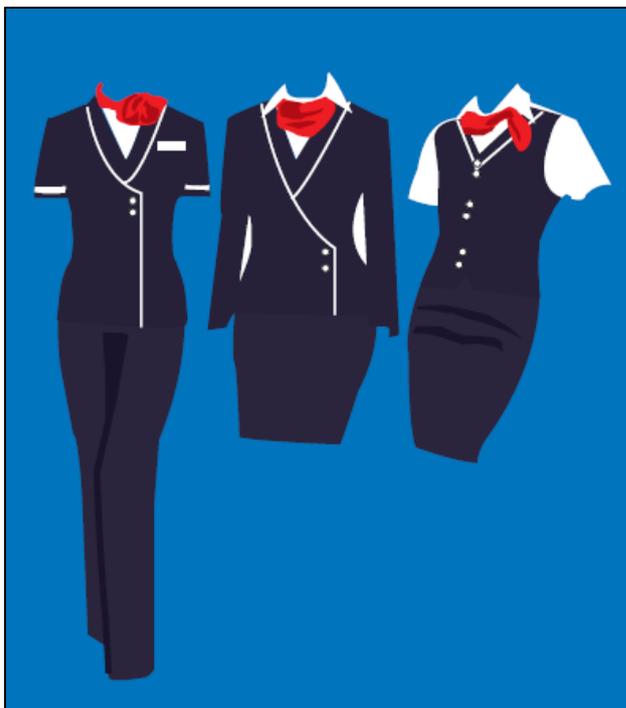


Gráfico 7. Uniformes para el proyecto turístico de buses tipo tranvía

b. Plaza**1) Canal de distribución**

El canal de distribución que se utiliza es el directo, debido a que los turistas que visiten la ciudad pueden obtener los boletos para este servicio en el local de venta; en el caso de la población de la ciudad, pagaran por el servicio al momento de tomar cualquiera de los recorridos.

2) Estrategia de plaza

Como estrategia comercial se plantea formar alianzas entre la ciudad de Guaranda y la parroquia Salinas de Tomabela, considerada actualmente como oferta sustitutiva, transformándola en un punto de enlace turístico entre las dos zonas, al hacer que en una misma visita los turistas tengan la posibilidad de conocer el patrimonio natural y cultural de los dos lugares y consumir sus productos y servicios.

c. Promoción

El medio promocional a utilizar para difundir el proyecto son trípticos informativos y página web.

IGLESIA CATEDRAL.
La Iglesia Catedral de Guaranda, se encuentra ubicada en el centro de la ciudad, al costado sur del parque "El Libertador" en las calles 10 de agosto entre Conventos de 1884 y 10 de Agosto.

La construcción data del año 1884; es de tipo neoclásico conservando detalles de diferentes tendencias que van desde el renacimiento hasta el gótico. Su fachada, construida de piedra labrada, culmina en dos hermosos torres, muy bien rematados, en su centro encontramos un Rosetón que es un ventanal en forma de rosa tapado con vitrales de diferentes colores que lo adornan. En el ingreso lateral existe a la calle 10 de Agosto, se puede observar que las puertas son elaboradas en madera tallada la figura de San Pedro y la loro o cebra. En la parte superior de esta construcción que dio a la calle Conventos de 1884 cuenta con una Cruz de la época de la colonia.

IGLESIA "SAN JOSÉ OBRERO"
Ubicada en la zona norte de la ciudad de Guaranda específicamente en la Cuadrícula Primero de Mayo, en la calle Humberto del Pozo.

La construcción data del año 1975 gracias a la labor pastoral de Misionero Ángel Sánchez. Tiene una arquitectura moderna, en su fachada se observa una cruz cubierta de vitrales de colores, además en su fachada encontramos una pequeña cúpula ancha en la parte superior esta una columna que da inicio al inicio de cada muro en la parte superior del ingreso al templo tenemos una plaza hecha en piedra.

La terminación de sus torres es en una hermosa cúpula, lo que diferencia de otras torres de Iglesia de la ciudad; su tradición de realizar el culto Dios en la misma forma.

BUS TURÍSTICO TRANVÍA
RUTA DE LAS IGLESIAS



GUARANDA ALCALDÍA

NUESTRA TIERRA AÑORADA UN LUGAR DE FE, AMOR Y ESPERANZA.

IGLESIA SAN VICENTE
Se encuentra ubicada en el sur de la ciudad de Guaranda, al costado sur del parque "El Libertador" en las calles Conventos de 1884 entre Cols. Salazar y Johnson Ch.

La construcción data del año de 1947, es una obra neoclásica en la parte superior de esta encontramos un pequeño jardín con plantaciones de flores de la zona, así como un espacio destinado al deporte.

IGLESIA "CARMEELITAS DESCALZAS"
Ubicada en la zona norte de la ciudad de Guaranda en la calle Conchos junto a las instalaciones de la Policía Nacional.

En este templo habitan las hermanas de clausura, en su fachada en la parte superior encontramos una imagen de la virgen María con Jesús en sus brazos, y en el exterior un monumento a Teresa de Ávila, Fundadora de las Carmelitas Descalzas.

El convento de las hermanas descalzas y sus actividades, su imagen que se encuentra en la parte superior de la fachada, así como la imagen de Santa Teresa de Ávila encontramos al ingreso de dicha Iglesia.

IGLESIA MAREZ GUANUJO
Esta ubicada en un costado del parque de Guanojo, en la calle cercada entre las calles Adolfo Páez y Juan José Flores.

Es uno de los principales atractivos de este sector por su magnífica construcción que tiene un parecido con la primera Iglesia que se construyó en este neoclásico, así como con la Catedral de la ciudad de Guaranda; cuenta en ella con hermosos cuadros de la religión católica. En uno de sus torres se puede observar la presencia de vitrales en color uno de sus torres, los torres que facilitan la hora o todo persona que lo requiera desde cualquier punto cardinal.

Su otro mayor fama resalta el de por de día, la mayoría de personas de otras Iglesias que poseen la ciudad, su hecho es decorado y es otro característica importante de esta Iglesia.

IGLESIA "SANTA MARIANTA DE JESUS"
Ubicada en el centro de la ciudad de Guaranda en las calles 10 de mayo entre Manuel Cordero y Azuay, junto al Colegio Monseñor Córdova Bello.

La construcción es de estilo neoclásico con rasgos del estilo gótico, elaborada en piedra, el fundamento es de hormigón, el hecho de muros y el cubilero de la. La fachada principal es oval en su totalidad de piedra labrada, vemos que existen dos torres y en la mitad se puede notar una imagen de Santa Mariana, Patrona de este Congregación Religiosa, además debemos tener en cuenta el gran rosón cubierto con vitrales de colores.

IGLESIA CATEDRAL



IGLESIA "SAN JOSÉ OBRERO"



IGLESIA SAN VICENTE



IGLESIA "CARMEELITAS DESCALZAS"



IGLESIA MAREZ GUANUJO



IGLESIA "SANTA MARIANTA DE JESUS"



Gráfico 8. Tríptico del circuito de las iglesias



PARQUE EL LIBERTADOR "SIMÓN BOLÍVAR"

Es considerado como uno de los mejores parques de Guaranda, ubicado en el centro de la ciudad, allí se encuentra el monumento en honor a la memoria del Libertador Simón Bolívar, la piletta fue diseñada en 1928, por el célebre artista ecuatoriano Oswaldo Guayasamín. Su belleza y perfección, lo hacen uno de las principales centros de atracción y concentración de la sociedad guaraneña.



PARQUE MONTUTAR

En el centro de este parque encontramos una piletta que, según los historiadores, es la primera que se había colocado en el Parque Central, luego se lo reubicó en este parque; esta piletta es de arte antiguo. En el entorno se encuentran los monumentos dedicados al Dr. Ángel Polibio Chávez y Gabriel Ignacio de Veintimilla, mentalizadores y fundadores de la Provincia de Bolívar.



CIRCUITO 1
"ÁNGEL POLIBIO CHAVES"




NUESTRA TIERRA AÑORADA UN LUGAR DE FE, AMOR Y ESPERANZA.



CASA DE ÁNGEL POLIBIO CHAVES

Nació en Guaranda, Ángel Polibio Chávez fue periodista, militar, diputado y primer gobernador de la provincia; publicó artículos en las principales diarias y revistas del país. Desde el Congreso Nacional consiguió la emancipación política de la provincia de Bolívar.



IGLESIA DE SAN VICENTE FERRER

Se encuentra localizado en la zona sur de la ciudad de Guaranda, entre las calles Convención de 1884, Gral. Salazar y la calle Johnson City, su construcción data del año de 1967, con la ayuda de Monseñor Cándido Rada entonces Obispo de la Diócesis de Guaranda, la iglesia de San Vicente Ferrer.



PARQUE 9 DE OCTUBRE

El Dr. Ángel Polibio Chávez fue el dueño de este terreno, en este parque encontramos un busto del Coronel Argentino José García, quien fue uno de los héroes de Tumbuca en la guerra de la Independencia. Además se encontraba el árbol de AYA MAGUI aquel que una de sus ramas, cayó por la época de la independencia, se mandó colgar la mano cercenada del Coronel Argentino José García.



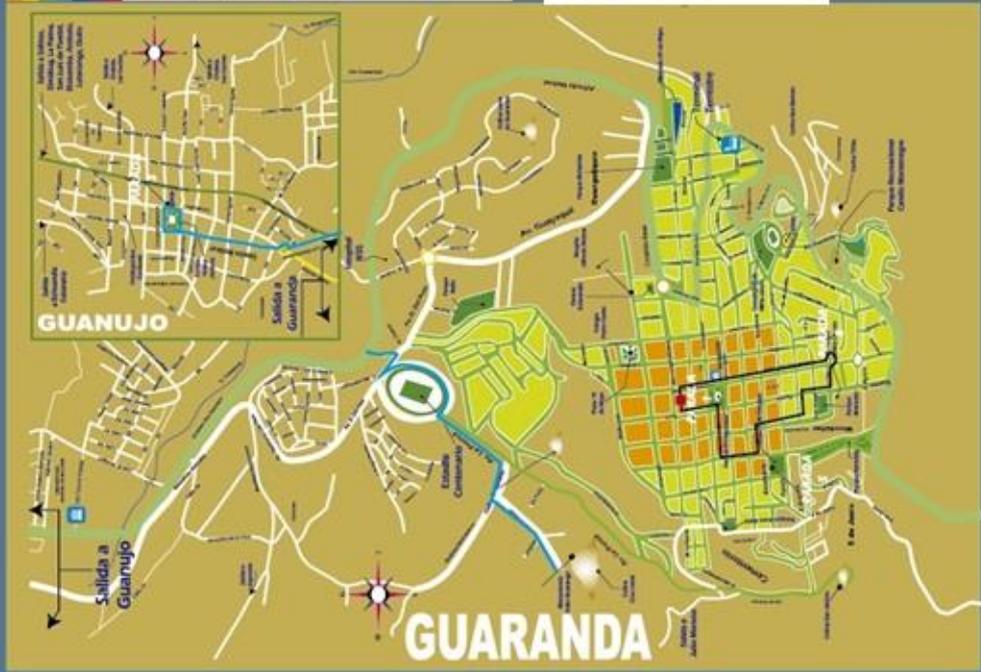
PALACIO MUNICIPAL:

Fue construido en el año de 1736, en su interior podemos apreciar sus balcones de madera tallada; el patio interior con su piso de piedra tallada, decorado con huesos de vértebras de animales y en el centro una piletta de piedra más antiguas del país.

NUESTRA TIERRA AÑORADA UN LUGAR DE FE, AMOR Y ESPERANZA



CIRCUITO 1



The map shows the route of the 'Circuito 1' in Guaranda, Ecuador. It starts at the 'Salida a Guanujo' and follows a path through the city, highlighting key landmarks such as the 'Parque El Libertador', 'Casa de Ángel Polibio Chávez', 'Iglesia de San Vicente Ferrer', and 'Palacio Municipal'. The map also shows the 'Salida a Guaranda' and the 'Salida a Guarano'.

Gráfico 9. Tríptico del circuito Ángel Polibio Chávez

IGLESIA CATEDRAL

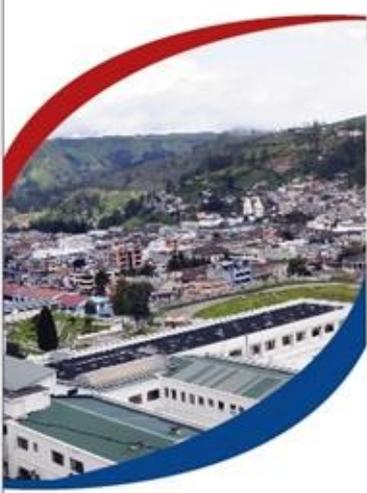
La Catedral está ubicada en la plaza central de la ciudad de Guaranda, su fachada fue construida de piedra labrada, dominada por dos torres. La catedral de San Pedro de Guaranda, ofrece a sus visitantes una singular belleza, su estilo neoclásico conserva detalles de diferentes tendencias que van desde el romántico hasta el gótico.

UNIDAD EDUCATIVA "VERBO DIVINO"

La Unidad Educativa "Verbo Divino" es un centro de formación integral vocacional que promueve un ambiente animado por el espíritu evangélico, ofrece una educación humanista y cognitiva, caracterizadas por los principios de la Sagrada Familia de Nazaret.

BUS TURÍSTICO TRANVÍA
UNA EXPERIENCIA EN SU TIERRA

CIRCUITO 2
"ALREDEDORES DE MI QUERIDO GUARANDA"



GUARANDA
ACADIA

NUESTRA TIERRA AÑORADA UN LUGAR DE FE, AMOR Y ESPERANZA

PLAZA 15 DE MAYO

En esta plaza se jugaban comidas populares de toros, actualmente fue reestructurada, cuenta con parqueaderos, locales comerciales, plaza cultural para eventos y rescate de valores y tradiciones, con capacidad para 14 mil personas.

BARRIO GUANGULIQUÉN (PLAZA ROJA)

La quebrada conocida, desde hace muchísimos años con el nombre de Guanguilquén por los años 80 hasta los 70 del siglo anterior paulatinamente se fue rellenando. La casa del señor Silva Vela queda en pie le arrenda al Núcleo Comunista de Bolívar, los integrantes de tal núcleo le pusieron el nombre de Plaza Roja porque ellos viajaron a Moscú lugar en el que existía una plaza idéntica a esta, este fue un nombre que agrada a todo el bato y ha quedado para eternas memorias.

PLAZA CÍVICA MANUEL DE ECHEANDÍA

En esta plaza se encuentra el busto de los doctores Luis Arturo Sotomayor, quien fue jurista catedrático, diputado de Bolívar en la Asamblea de 1938, consiguió la creación de la Corte Superior de Justicia de Guaranda y de Manuel Arturo Badilla creador de la parroquia Julio Moreno además representante de Bolívar en varios congresos nacionales.

TERMINAL TERRESTRE

Tiene 35 años, se encuentra en la Av. Circunvalación, es el único Terminal terrestre en la ciudad de Guaranda, aquí llegan todos los medios de transporte interprovinciales e inter cantonales de distintos destinos como: Guila, Riobamba, Guayaquil, Amalato, Babahoyo, se encuentra abierto desde las cinco de la mañana hasta las ocho de la noche.

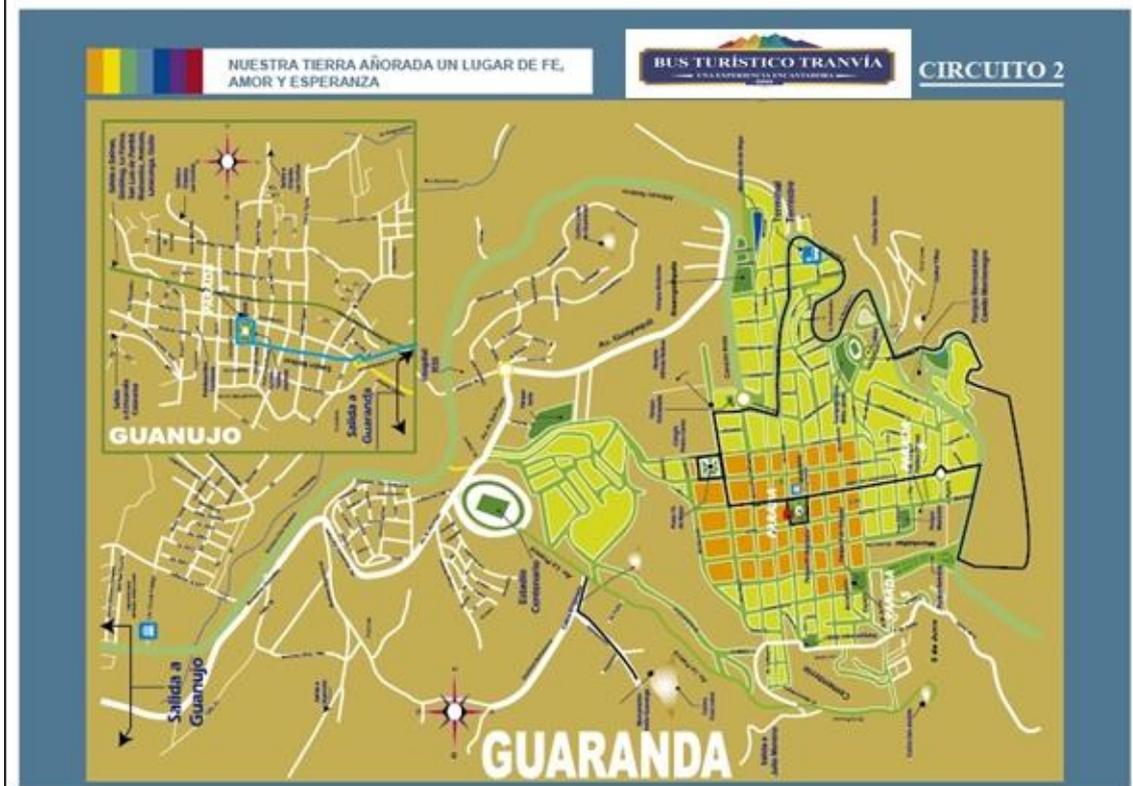


Gráfico 10. Tríptico del circuito en Guaranda

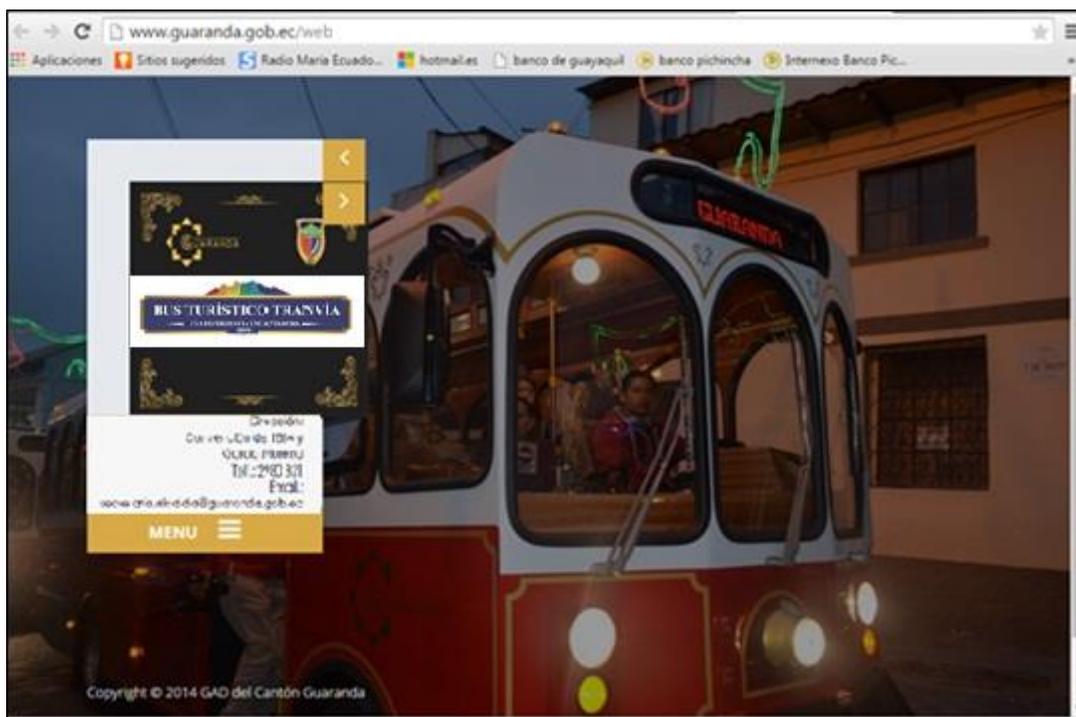


Gráfico 11. Diseño página web

5. Micro localización

Con la finalidad de identificar el lugar más favorable para que el local de oferta y venta del servicio de buses turísticos tipo tranvía se ubique, se priorizan los mismos mediante una matriz de micro localización, cuya ponderación es:

1	Mi	Mínimamente importante
2	PI	Poco importante
3	Med. I	Medianamente importante
4	I	Importante
5	MI	Muy Importante

Cuadro 76. Micro localización del local de venta de tickets en la ciudad de Guaranda

P.S*	Centro de la ciudad	%	Zona norte	%	Zona sur	%	Afuera de la ciudad	%	PESO ESPECÍFICO	PONDERACIÓN
F.LQ*										
Accesibilidad	4	0,48	4	0,48	4	0,48	3	0,36	4	0,12
Seguridad	4	0,48	4	0,48	3	0,36	3	0,36	4	0,12
Energía	5	0,76	4	0,61	3	0,45	3	0,45	5	0,15
Agua potable	5	0,76	4	0,61	3	0,45	3	0,45	5	0,15
Permisos de funcionamiento	5	0,76	5	0,76	5	0,76	2	0,30	5	0,15
Cercanía al centro histórico de la ciudad	5	0,76	3	0,45	3	0,45	2	0,30	5	0,15
Áreas amplias para parqueo de los buses	4	0,61	5	0,76	4	0,61	5	0,76	5	0,15
TOTAL	32	4,61	29	4,15	25	3,58	21	3,00	33	1,00

*PS. Potenciales sitios *FLQ. Factores de localización

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.

6. Requerimientos del área comercial

a. Activos fijos

Cuadro 77. Activos fijos para el área comercial

Rubro	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Local de venta de tickets (5m ²)	1	\$9.500,00	\$9.500,00
Caja registradora	1	\$500,00	\$500,00
Mostrador	1	\$500,00	\$500,00
Archivador	1	\$350,00	\$350,00
Computadora	1	\$850,00	\$850,00
Impresora	1	\$200,00	\$200,00
Escritorio	1	\$200,00	\$200,00
Sillas	2	\$60,00	\$120,00
TOTAL			\$12.220,00

Fuente. Dirección financiera del GADM Guaranda, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

b. Gastos

1) Talento humano

Cuadro 78. Talento humano del área comercial

Denominación	Cantidad	Pago anual	Responsabilidades
Jefe de mercadeo y comercialización (venta de tickets)	1	\$4.631,50	Gestionar el posicionamiento y la promoción de la ciudad a nivel local, nacional e internacional, así como el impulso a la comercialización de la oferta turística del cantón, de los productos y servicios de la empresa, funcionamiento y operación de las diversas unidades de negocio.
Jefe de comunicación y medios	1	\$2.060,00	Definir y recomendar estrategias de comunicación, difusión y relaciones públicas enmarcadas en las directrices del plan de estratégico de gestión de destino turístico de la ciudad y de la empresa, permitiendo posicionar la gestión institucional.
TOTAL		\$6.691.50	

Fuente. Remuneraciones mensuales IESS, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

2) Materiales e insumos

Cuadro 79. Materiales e insumos del área comercial

Rubro	Cantidad	Costo unitario	Costo total
tickets de venta para los recorridos	10.500	\$2,50 paquete de 100 unidades	\$262,50

Fuente. Dirección financiera del GADM Guaranda, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

3) Publicidad

Cuadro 80. Publicidad

Medio	Cantidad	Pago mensual	Pago anual
Trípticos informativos	1000	\$266,66	\$3.200,00
Creación de la página (diseño, alojamiento, hosting y dominio) y mantenimiento anual			\$690,00
TOTAL			\$3.890,00

Fuente. Área de publicidad, GADM Guaranda, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

c. Inversiones nominales

Para el rubro de inversiones nominales se ha tomado en cuenta un estimado promedio de gasto para la promoción, publicidad y capacitación del talento humano del proyecto.

Cuadro 81. Inversiones nominales

Denominación	Inversión
Promoción y publicidad	\$500,00
Capacitación	\$300,00
TOTAL	\$800,00

Fuente. Área de publicidad, GADM Guaranda, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

B. ESTUDIO TÉCNICO

1. Análisis técnico

a. Tamaño del proyecto

Para determinar la demanda objetivo se utilizó el 10% de la demanda insatisfecha para la población económicamente activa de la ciudad; porcentaje que se estableció de acuerdo a una estimación de consumo de este medio de transporte por los ciudadanos de Guaranda.

Cuadro 82. Demanda objetivo para el segmento PEA de Guaranda

Año	Demanda Insatisfecha	Demanda Objetivo 10%
2016	89.711	8.971
2017	91.075	9.106
2018	92.459	9.246
2019	93.865	9.387
2020	95.291	9.529
TOTAL	462.401	46.239

Fuente. Análisis de oferta y demanda para el proyecto, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Para establecer la demanda objetivo del segmento de turistas, se usó el 20% de la demanda insatisfecha, considerando el flujo de visitas que tiene la ciudad, caracterizado por la abundancia de turistas en temporadas específicas como en carnaval y los meses de junio a agosto, con una menor afluencia los otros meses del año.

Cuadro 83. Demanda objetivo para el segmento turistas

Año	Demanda Insatisfecha	Demanda Objetivo 20%
2016	19.677	3.935
2017	22.235	4.447
2018	25.127	5.025
2019	28.393	5.679
2020	32.084	6.417
TOTAL	127.516	25.503

Fuente. Análisis de oferta y demanda para el proyecto, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

b. Consumo aparente

Cuadro 84. Consumo aparente del segmento PEA de Guaranda

Año	Clientes	Consumo mensual	Consumo semanal	Consumo diario
2016	8.971	748	187	25
2017	9.106	759	190	25
2018	9.246	771	193	26
2019	9.387	782	196	26
2020	9.529	794	199	26
TOTAL	46.239	3.853	963	128

Fuente. Análisis de oferta y demanda para el proyecto, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Cuadro 85. Consumo aparente del segmento turistas

Año	Clientes	Consumo mensual	Consumo semanal	Consumo diario
2016	3.935	328	82	11
2017	4.447	371	93	12
2018	5.025	419	105	14
2019	5.679	473	118	16
2020	6.417	535	134	18
TOTAL	25.503	2.125	531	71

Fuente. Análisis de oferta y demanda para el proyecto, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Para el “Circuito Centro Histórico” de la ciudad de Guaranda se toma el 30% de la demanda objetivo de turistas, debido a que es el circuito con mayor potencial de consumo.

Cuadro 86. Consumo aparente para el circuito Centro Histórico

Año	Clientes	Consumo mensual	Consumo semanal	Consumo diario
2016	1181	98	25	3
2017	1335	111	28	4
2018	1508	126	31	4
2019	1704	142	36	5
2020	1926	160	40	5
TOTAL	7653	638	159	21

Fuente. Análisis de oferta y demanda para el proyecto, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Para el “Circuito Salinas” se ha considerado el 25% de la demanda objetivo de turistas.

Cuadro 87. Consumo aparente para el circuito Salinas

Año	Clientes	Consumo mensual	Consumo semanal	Consumo diario
2016	983	82	20	3
2017	1111	93	23	3
2018	1255	105	26	3
2019	1418	118	30	4
2020	1603	134	33	4
TOTAL	6370	531	133	18

Fuente. Análisis de oferta y demanda para el proyecto, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Para el “Circuito Iglesias” se ha estimado el 20% de la demanda objetivo de turistas.

Cuadro 88. Consumo aparente para el circuito Iglesias

Año	Clientes	Consumo mensual	Consumo semanal	Consumo diario
2016	787	66	16	2
2017	889	74	19	2
2018	1005	84	21	3
2019	1136	95	24	3
2020	1283	107	27	4
TOTAL	5100	425	106	14

Fuente. Análisis de oferta y demanda para el proyecto, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Para el “Circuito Las Cochas” se ha estimado el 15% de la demanda objetivo de turistas.

Cuadro 89. Consumo aparente para el circuito Las Cochas

Año	Clientes	Consumo mensual	Consumo semanal	Consumo diario
2016	590	49	12	2
2017	667	56	14	2
2018	753	63	16	2
2019	851	71	18	2
2020	962	80	20	3
TOTAL	3823	319	80	11

Fuente. Análisis de oferta y demanda para el proyecto, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Para el “Circuito Ángel Polibio Chávez” se ha tomado el 10% de la demanda objetivo de turistas.

Cuadro 90. Consumo aparente para el circuito Ángel Polibio Chávez

Año	Clientes	Consumo mensual	Consumo semanal	Consumo diario
2016	394	33	8	1
2017	445	37	9	1
2018	503	42	10	1
2019	569	47	12	2
2020	642	54	13	2
TOTAL	2553	213	53	7

Fuente. Análisis de oferta y demanda para el proyecto, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

c. Localización del proyecto**1) Macro localización**

El proyecto de buses turísticos tipo tranvía está ubicado en la provincia de Bolívar, cantón Guaranda.

Guaranda se encuentra en las coordenadas proyectadas: UTM Zona 17 S; Datum WGS'84.

Longitud. 722520 E

Latitud. 9815690 N

Altitud. 2668



Gráfico 12. Mapa de la ciudad de Guaranda

d. **Diseño del producto**

1) **Circuitos turísticos**

Cuadro 91. Circuito de las iglesias

CIRCUITO DE LAS IGLESIAS	
Duración	1 hora 15 minutos
Atractivos	Iglesia Catedral Iglesia de San Vicente Iglesia de Guanujo Iglesia San José Obrero Iglesia y convento de las Carmelitas Iglesia de las Marianitas
Descripción	<p>El recorrido inicia en el parque central de Guaranda, ubicación de la iglesia Catedral.</p> <p>Luego se dirige al parque Montufar donde, a una cuadra de distancia está la iglesia de San Vicente.</p> <p>Después se traslada a Guanujo en cuyo parque central está ubicada su Catedral.</p> <p>Al regresar a Guaranda, en el barrio Primero de Mayo se encuentra la iglesia San José Obrero y llegando al comando de policía se observa la iglesia y convento de las Carmelitas, para finalmente llegar a la iglesia de las Marianitas en el centro de la ciudad.</p>
Incluye	Transporte, recorrido guiado durante todo el circuito y seguridad municipal.
No incluye	Comidas y bebidas extras, gastos personales.
Requerimientos	Documentos personales para el registro de clientes, cámara de fotos, ropa cómoda, protector solar.
Precio	\$6,00

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.

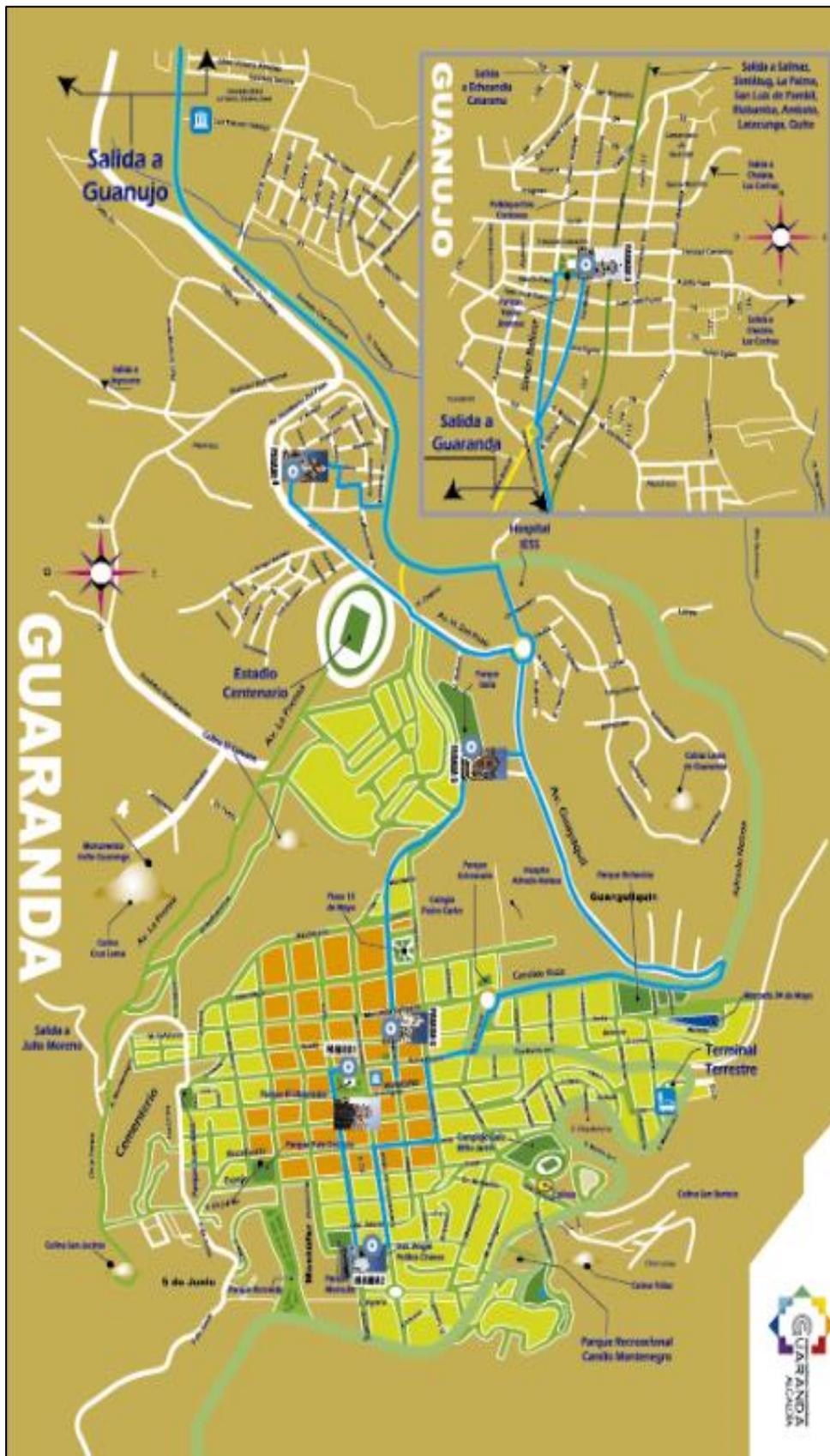


Gráfico 13. Circuito turístico de las iglesias

Cuadro 92. Circuito Centro histórico

CIRCUITO CENTRO HISTÓRICO	
Duración	1 hora 15 minutos
Atractivos	<p>Parque El Libertador: Edificio municipal, Iglesia Catedral, Gobernación de Bolívar, corte provincial de justicia, casas construidas a comienzos del siglo XX como la casa de Ángel Polibio Chávez.</p> <p>Parque Echeandía: Plaza Guanguliquín (Plaza Roja), productos El Salinerito.</p> <p>Colina Cruz Loma: Monumento al Cacique Guaranga, museo Centro Cultural Indio Guaranga, mirador de la ciudad.</p> <p>Parque 9 de Octubre: Casas construidas a comienzos del siglo XX, biblioteca municipal, cuerpo de bomberos.</p> <p>Parque Montufar: Degustación de helados de paila, iglesia San Vicente.</p>
Descripción	<p>El recorrido inicia en el parque El Libertador o parque central de la ciudad, aquí los turistas conocerán las casas que han guardado en su diseño y estructura la genialidad de los constructores de antaño, que aprovecharon al máximo los materiales propios de la época: Tapial, adobe, adobón, teja, madera para pisos, puertas, ventanas, pasamanos, escaleras; son estas edificaciones las que sirvieron de base para declarar a la ciudad como Patrimonio Cultural del Ecuador en 1997; además de la iglesia catedral y los edificios del municipio y gobernación.</p> <p>La segunda parada es en el parque Echeandía, lugar donde se ubica la tradicional plaza Guanguliquín (Plaza Roja), donde también se pueden consumir los productos del Salinerito.</p> <p>La tercera parada se encuentra en la colina Cruz Loma, mirador de la ciudad, monumento al Cacique Guaranga y el museo con su exposición permanente de arqueología e historia; además posee un auditorio o centro de convenciones que proyecta películas todos los fines de semana.</p> <p>El parque 9 de Octubre es la cuarta parada, donde se encuentra la biblioteca municipal, el cuerpo de bomberos y casas tradicionales.</p>

	<p>La última parada es el parque Montufar que hasta finales de los años 70 se lo conocía con el nombre de “Parque Infantil”, debido a la serie de juegos infantiles apropiados para la diversión de los niños y niñas de la ciudad.</p> <p>En el entorno se encuentran los monumentos dedicados al Dr. Ángel Polibio Chaves y Gabriel Ignacio de Veintimilla, mentalizadores y fundadores de la Provincia de Bolívar; además, está el monumento en homenaje al creador y primer Rector del Instituto Tecnológico Superior Ángel Polibio Chaves, Profesor Homero Vascones; también se encuentra un globo terráqueo que determina la posición geográfica de nuestro país y provincia.</p>
Incluye	Transporte, recorrido guiado durante todo el circuito y seguridad municipal.
No incluye	Comidas y bebidas extras, gastos personales.
Requerimientos	Documentos personales para el registro de clientes, cámara de fotos, ropa cómoda, protector solar.
Precio	\$4,00

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.

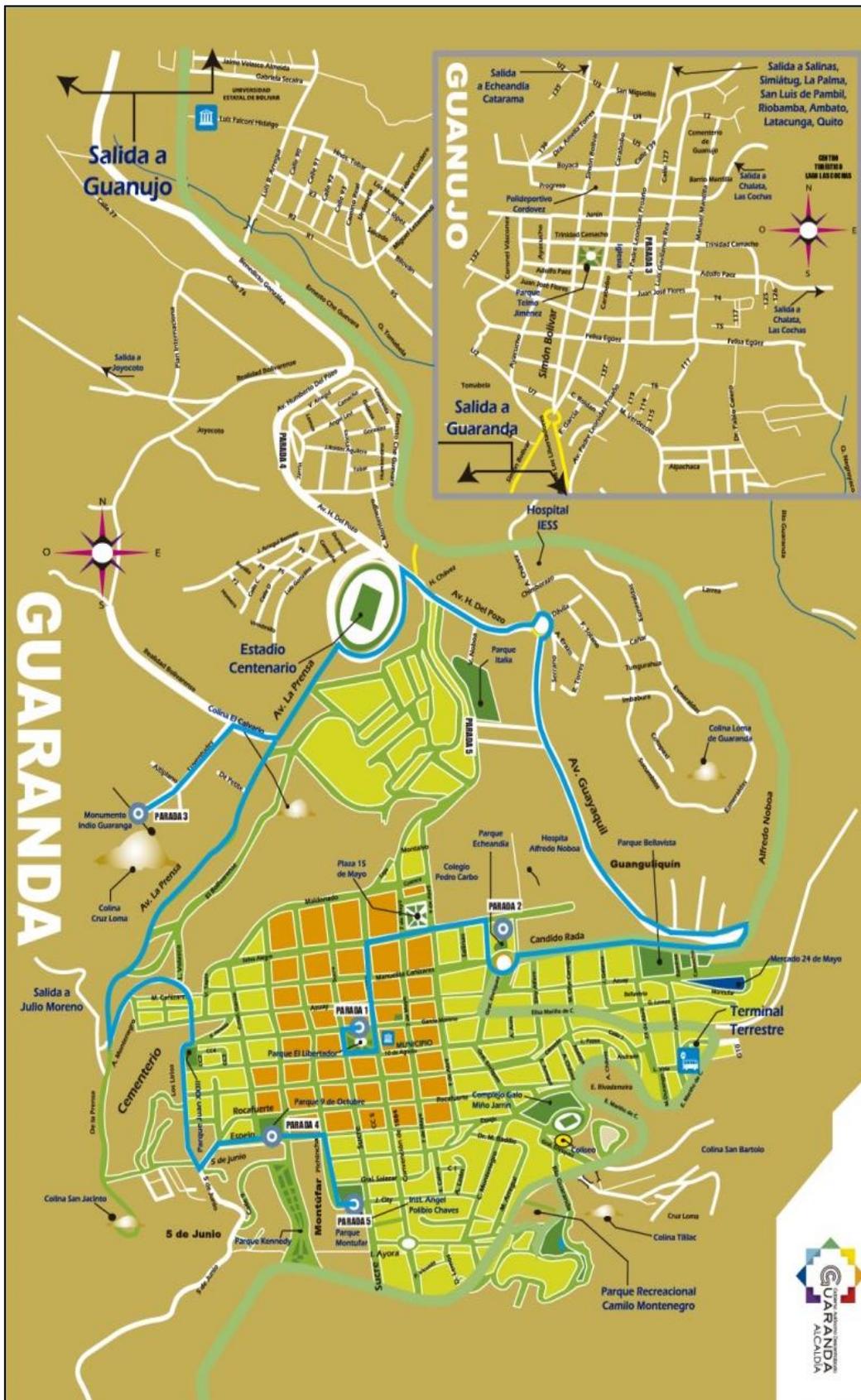


Gráfico 14. Mapa circuito turístico centro histórico

Cuadro 93. Circuito Ángel Polibio Chávez

CIRCUITO ÁNGEL POLIBIO CHÁVEZ	
Duración	40 minutos
Atractivos	<p>Parque El Libertador: Edificio municipal, Iglesia Catedral, Gobernación de Bolívar, corte provincial de justicia, casas construidas a comienzos del siglo XX como la casa de Ángel Polibio Chávez.</p> <p>Parque 9 de Octubre: Casas construidas a comienzos del siglo XX, biblioteca municipal, cuerpo de bomberos.</p> <p>Parque Montufar: Degustación de helados de paila, iglesia San Vicente.</p>
Descripción	<p>El recorrido inicia en el parque El Libertador, aquí los turistas conocerán las casas que han guardado en su diseño y estructura la genialidad de los constructores de antaño, que aprovecharon al máximo los materiales propios de la época: tapial, adobe, adobón, teja, madera para pisos, puertas, ventanas, pasamanos, escaleras; son estas edificaciones las que sirvieron de base para declarar a la ciudad como Patrimonio Cultural del Ecuador en 1997; además de la iglesia catedral y los edificios del municipio y gobernación. El parque 9 de Octubre es la segunda parada, donde se encuentra la biblioteca municipal, el cuerpo de bomberos y casas tradicionales.</p> <p>La siguiente parada es el parque Montufar que hasta finales de los años 70 se lo conocía con el nombre de “Parque Infantil”, debido a la serie de juegos infantiles apropiados para la diversión de los niños y niñas de la ciudad. En el entorno se encuentran los monumentos dedicados al Dr. Ángel Polibio Chaves y Gabriel Ignacio de Veintimilla, mentalizadores y fundadores de la Provincia de Bolívar; además, está el monumento en homenaje al creador y primer Rector del Instituto Tecnológico Superior Ángel Polibio Chaves, Profesor Homero Vascones. Luego de recorrer la calle Convención de 1884 se retorna a la parada uno.</p>
Incluye	Transporte, recorrido guiado durante todo el circuito y seguridad municipal.
No incluye	Comidas y bebidas extras, gastos personales
Requerimientos	Documentos personales para el registro de clientes, cámara de fotos, ropa cómoda, protector solar.
Precio	\$4,00

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.

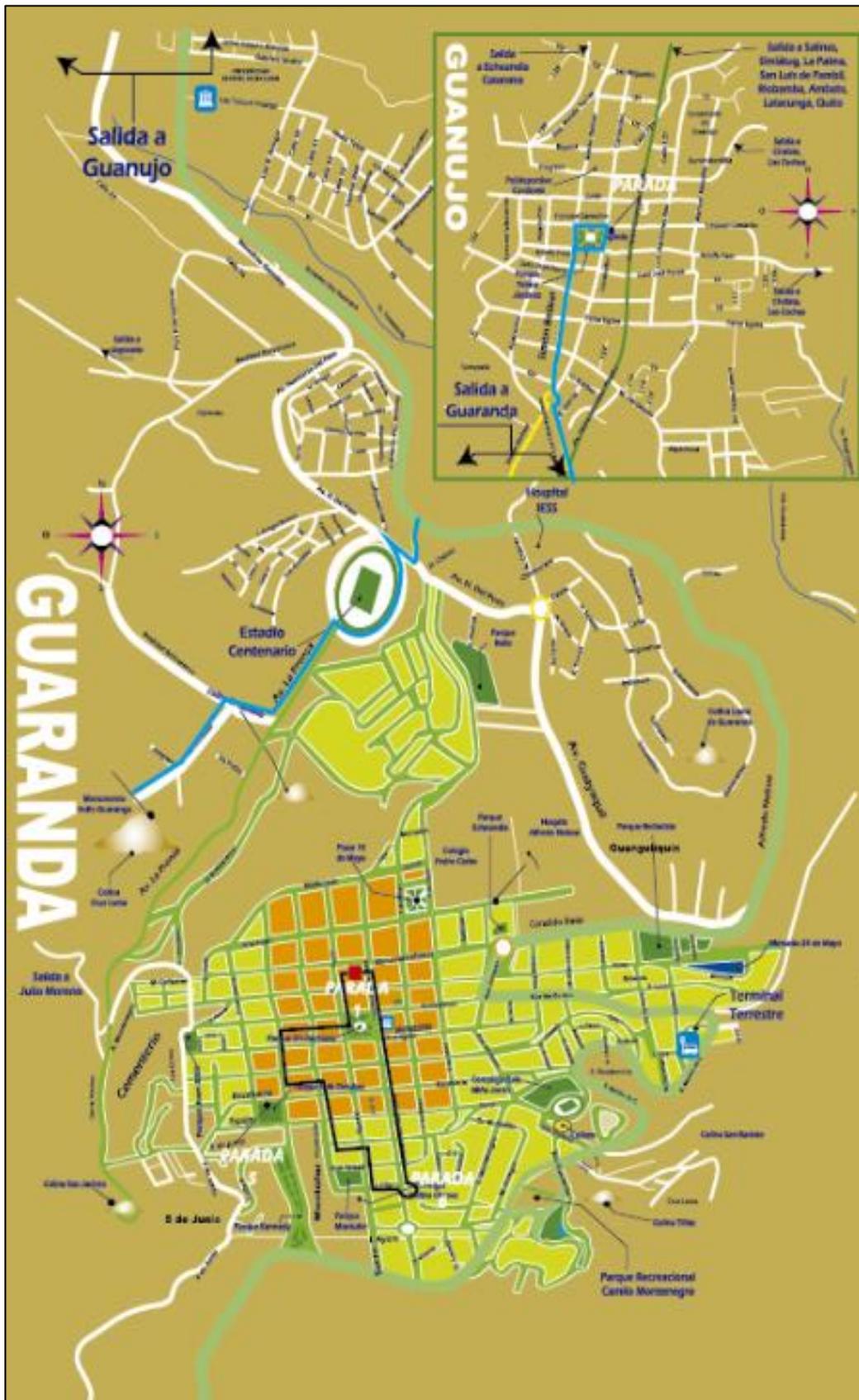


Gráfico 15. Mapa circuito turístico Ángel Polibio Chávez

Cuadro 94. Circuito Salinas

CIRCUITO SALINAS	
Duración	2 horas 15 minutos
Atractivos	<p>Parque El Libertador: Edificio municipal, Iglesia Catedral, Gobernación de Bolívar, corte provincial de justicia, casas construidas a comienzos del siglo XX como la casa de Ángel Polibio Chávez.</p> <p>Parque Montufar: Degustación de helados de paila, iglesia San Vicente.</p> <p>Parque 9 de Octubre: Casas construidas a comienzos del siglo XX, biblioteca municipal, cuerpo de bomberos.</p> <p>Colina Cruz Loma: Monumento al Cacique Guaranga, museo Centro Cultural Indio Guaranga, mirador de la ciudad.</p> <p>Parroquia Salinas de Tomabela: Minas de sal, cañón de las Tiaguas, elaboración de tejidos de lana, quesos y otros productos, emprendimiento El Salinerito.</p>
Descripción	<p>El recorrido inicia en el parque El Libertador o parque central de la ciudad, aquí los turistas conocerán las casas que han guardado en su diseño y estructura la genialidad de los constructores de antaño, que aprovecharon al máximo los materiales propios de la época: Tapial, adobe, adobón, teja, madera para pisos, puertas, ventanas, pasamanos, escaleras; son estas edificaciones las que sirvieron de base para declarar a la ciudad como Patrimonio Cultural del Ecuador en 1997; además de la iglesia catedral y los edificios del municipio y gobernación.</p> <p>La segunda parada es el parque Montufar, lugar para degustar los helados elaborados tradicionalmente en pailas, junto con la iglesia de San Vicente.</p> <p>La tercera parada se encuentra en el parque 9 de Octubre, donde se encuentra la biblioteca municipal, el cuerpo de bomberos y casas tradicionales.</p> <p>La cuarta parada es en la colina Cruz Loma, mirador de la ciudad, monumento al Cacique Guaranga y el museo con su exposición permanente de arqueología e historia; además posee un auditorio o centro de convenciones que proyecta películas todos los fines de semana.</p>

	La última parada del recorrido es la parroquia Salinas de Tomabela, lugar de compra de artesanías, tejidos de lana de llamas, alpacas y borregos, productos del Salinerito y visita a sus atractivos como las minas de sal, el cañón de las Tiaguas, etc., para luego retornar a la parada uno en la ciudad de Guaranda.
Incluye	Transporte, recorrido guiado durante todo el circuito y seguridad municipal.
No incluye	Comidas y bebidas extras, gastos personales
Requerimientos	Documentos personales para el registro de clientes, cámara de fotos, ropa cómoda, protector solar.
Precio	\$5,00

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.

Cuadro 95. Circuito Las Cochas

CIRCUITO LAS COCHAS	
Duración	1 hora 45 minutos
Atractivos	<p>Parque El Libertador: Edificio municipal, Iglesia Catedral, Gobernación de Bolívar, corte provincial de justicia, casas construidas a comienzos del siglo XX como la casa de Ángel Polibio Chávez.</p> <p>Parque Montufar: Degustación de helados de paila, iglesia San Vicente.</p> <p>Parque 9 de Octubre: Casas construidas a comienzos del siglo XX, biblioteca municipal, cuerpo de bomberos.</p> <p>Colina Cruz Loma: Monumento al Cacique Guaranga, museo Centro Cultural Indio Guaranga, mirador de la ciudad.</p> <p>Centro turístico Las Cochas: paseos en botes por la laguna.</p>
Descripción	<p>El recorrido inicia en el parque El Libertador o parque central de la ciudad, aquí los turistas conocerán las casas que han guardado en su diseño y estructura la genialidad de los constructores de antaño, que aprovecharon al máximo los materiales propios de la época: Tapial, adobe, adobón, teja, madera para pisos, puertas, ventanas, pasamanos, escaleras; son estas edificaciones las que sirvieron de base para declarar a la ciudad como Patrimonio Cultural del Ecuador en 1997; además de la iglesia catedral y los edificios del municipio y gobernación.</p> <p>La segunda parada es el parque Montufar, lugar para degustar los helados elaborados tradicionalmente en pailas, junto con la iglesia de San Vicente.</p> <p>La tercera parada se encuentra en el parque 9 de Octubre, donde se encuentra la biblioteca municipal, el cuerpo de bomberos y casas tradicionales.</p> <p>La cuarta parada es en la colina Cruz Loma, mirador de la ciudad, monumento al Cacique Guaranga y el museo con su exposición permanente de arqueología e historia; además posee un auditorio o centro de convenciones que proyecta películas todos los fines de semana.</p>

	La última parada del recorrido es el centro turístico Las Cochas, el cual posee una interesante laguna e infraestructura, en la que se destaca sus hermosos jardines, botes para pasear en la laguna, un salón de uso múltiple para varias actividades, chozas que contrastan con la totora y sus techos desafían al sol y a la lluvia; en ellas hay unos prácticos fogones de leña en los que los visitantes pueden preparar, asar y degustar de la comida típica y tradicional; para luego retornar a la ciudad de Guaranda.
Incluye	Transporte, recorrido guiado durante todo el circuito y seguridad municipal.
No incluye	Comidas y bebidas extras, gastos personales
Requerimientos	Documentos personales para el registro de clientes, cámara de fotos, ropa cómoda, protector solar.
Precio	\$6,00

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.

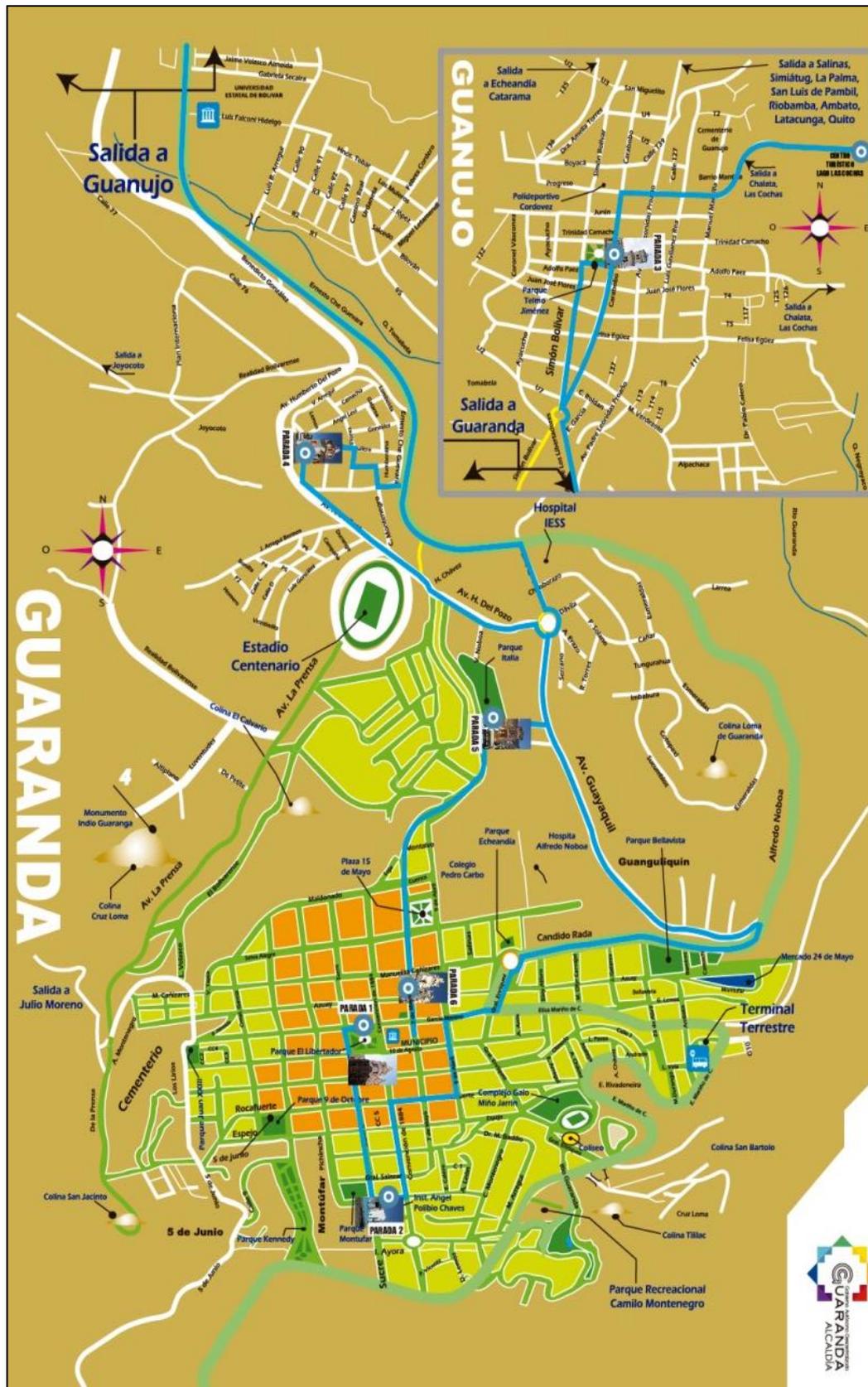


Gráfico 17. Mapa circuito turístico Las Cochas

2) Circuito de la Memoria viva

Este tipo de circuito se orienta hacia actividades relacionadas con el conocimiento de los valores históricos, culturales y patrimoniales de la ciudad de Guaranda, a fin de crear un sentido de pertenencia y de acercamiento a las vivencias que todo ciudadano debe desarrollar hacia la ciudad en la que nació o vive.

Los recorridos estarán enfocados a la población de la ciudad, en especial las unidades educativas y grupos específicos de ciudadanos interesados en recorrer Guaranda de una manera amigable, cómoda, segura y con guianza turística.

Cuadro 96. Circuito Memoria Viva

CIRCUITO MEMORIA VIVA	
Recorrido	El recorrido inicia en el Parque central de la ciudad, sube la calle Convención de 1884 hasta la calle Selva Alegre, pasa por la plaza 15 de mayo, baja la calle General Enríquez y cruza toda la avenida Elisa Mariño del Carvajal hasta llegar al inicio de la calle Convención de 1884 y sube hasta regresar al parque central.
Precio	\$0,25

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.

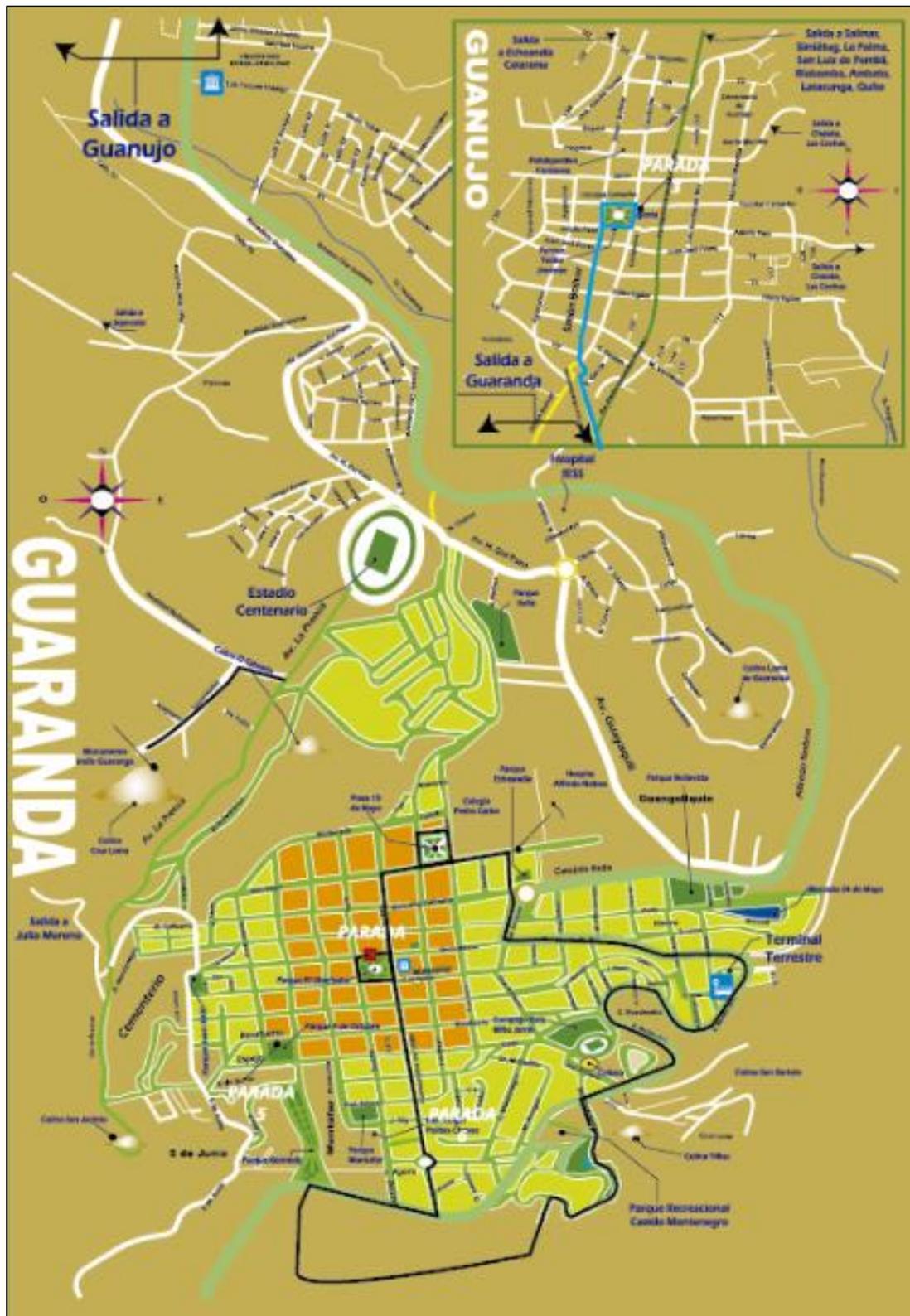


Gráfico 18. Mapa circuito Memoria viva

e. Proceso productivo

1) Flujogramas de procesos

a) Reservación del servicio

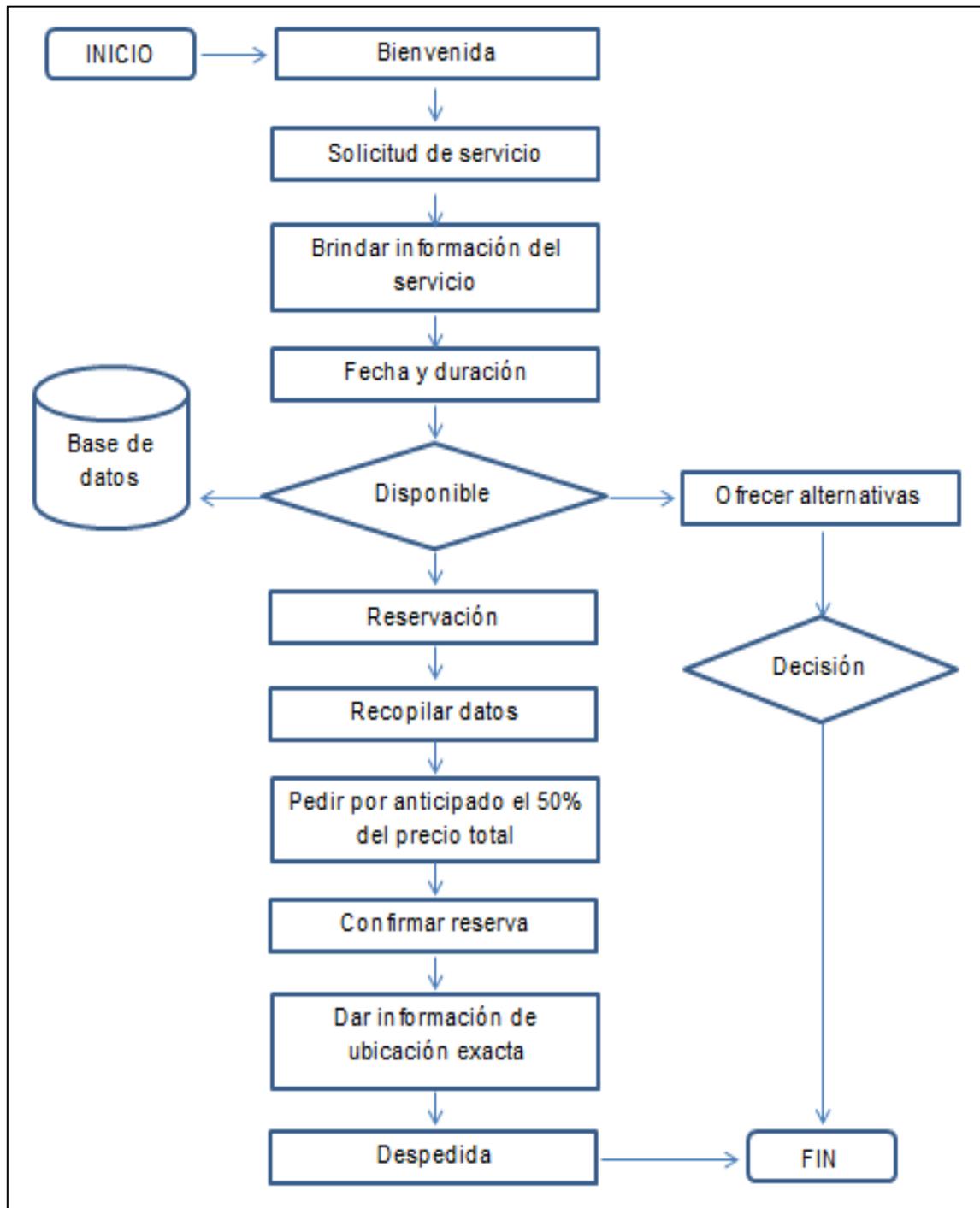


Gráfico 19. Flujograma para la reservación del servicio

b) **Recepción del turista**

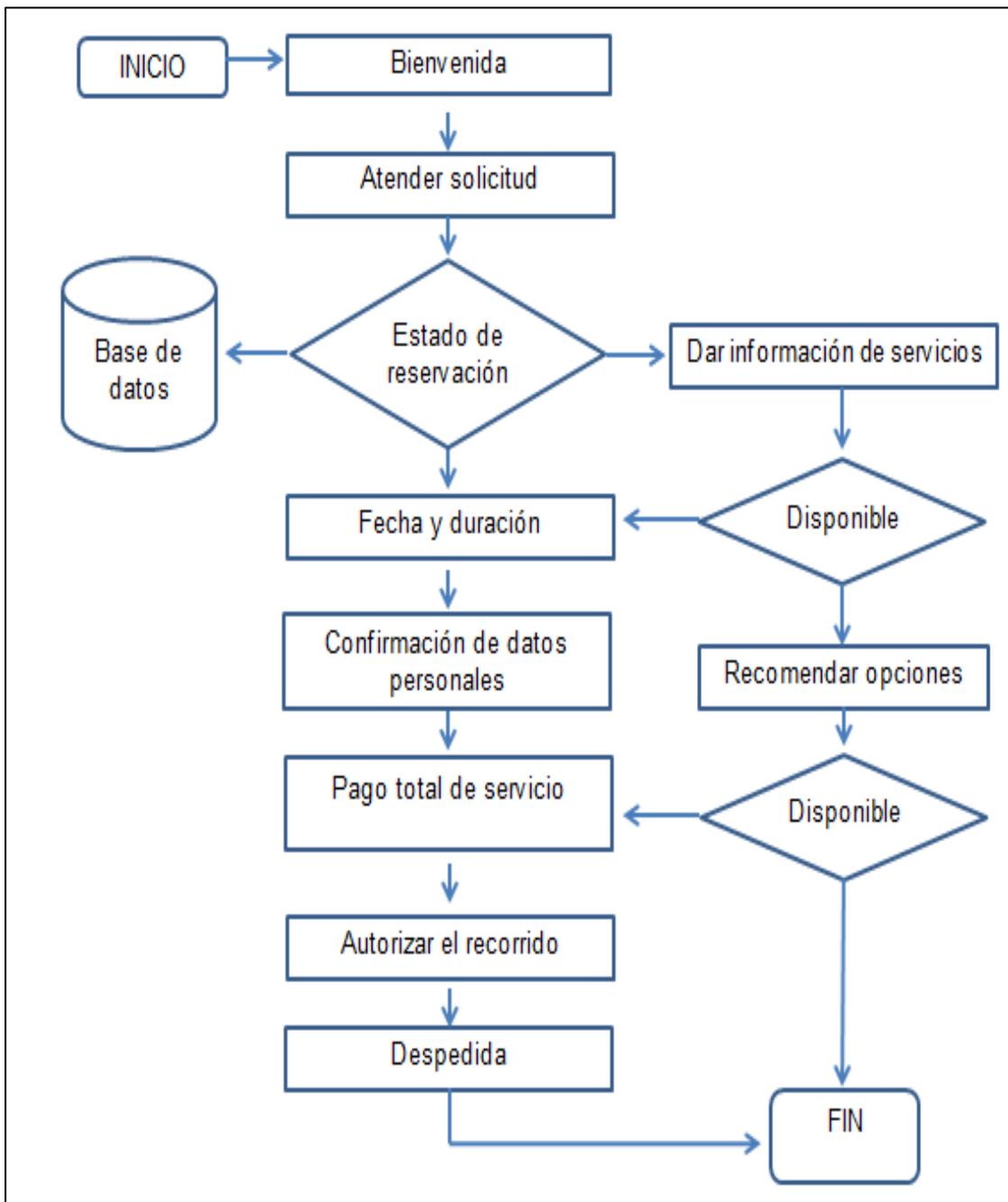
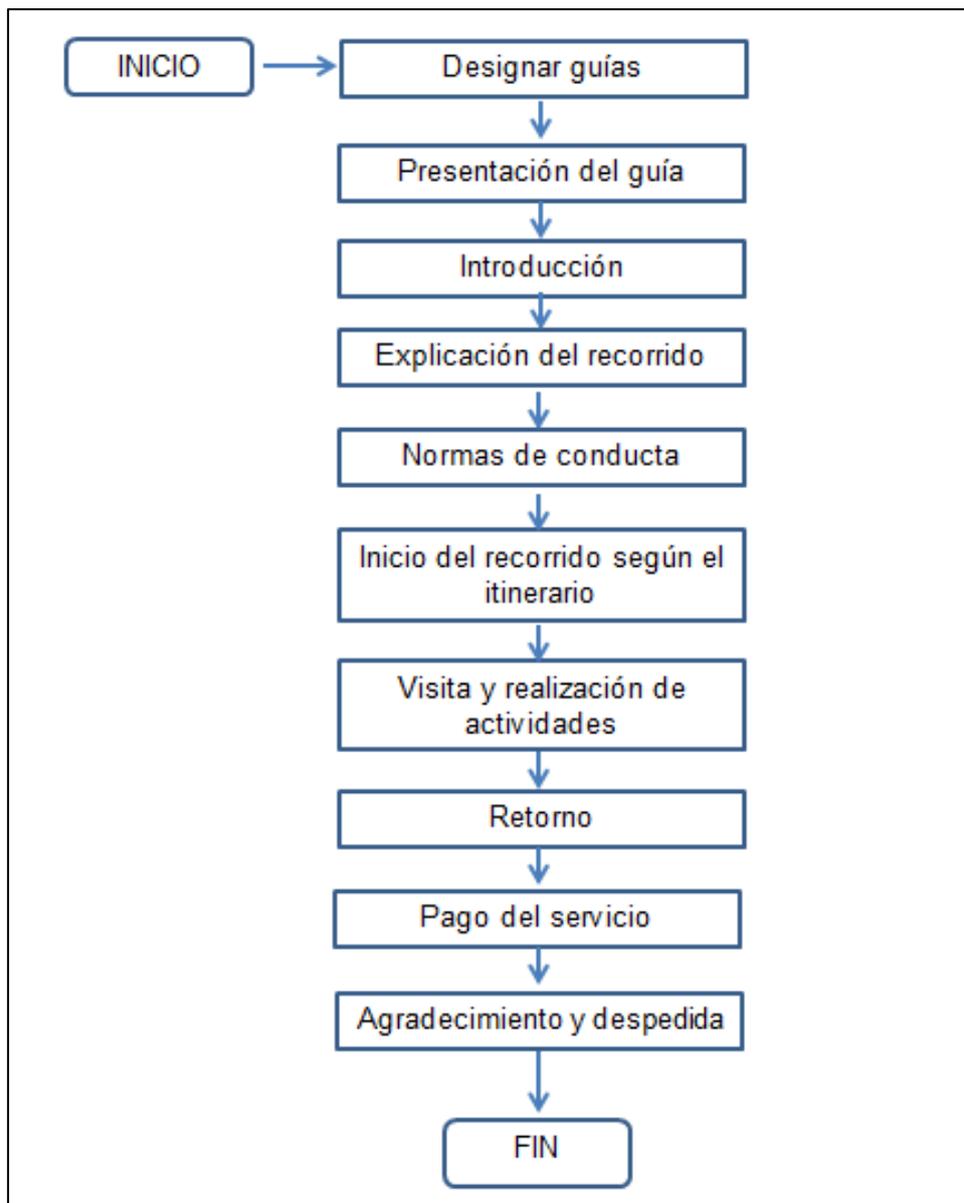
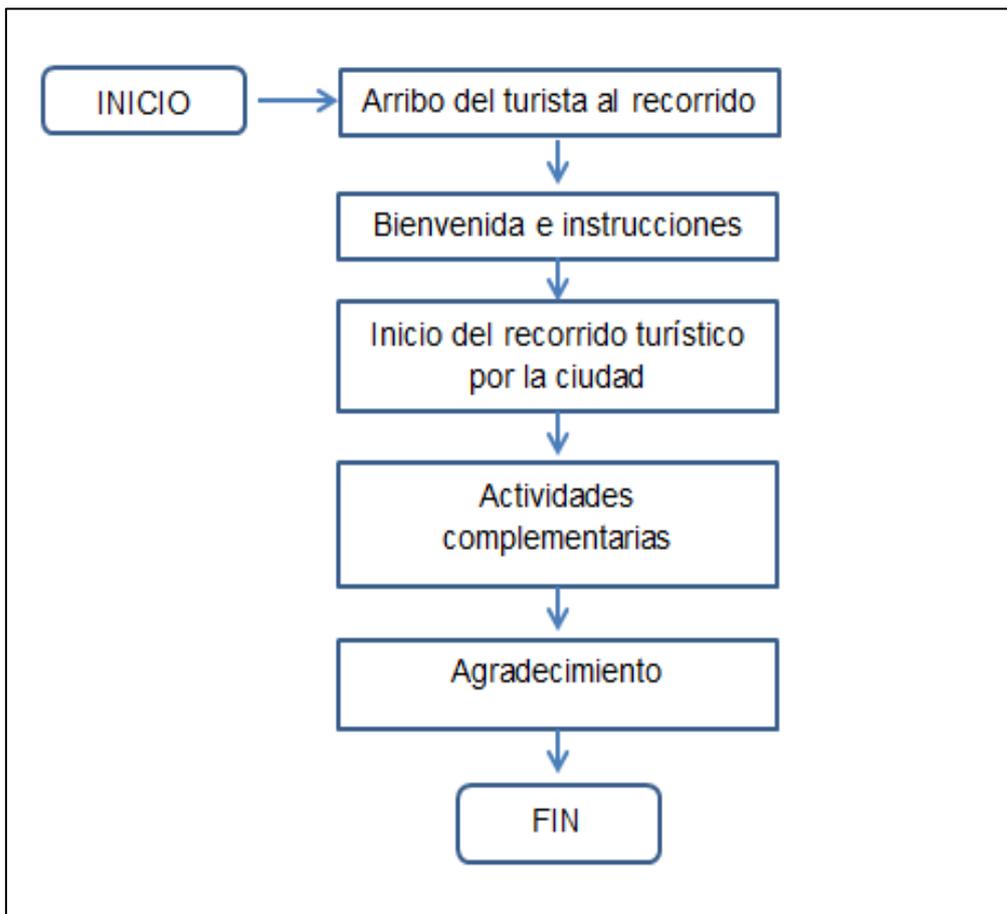
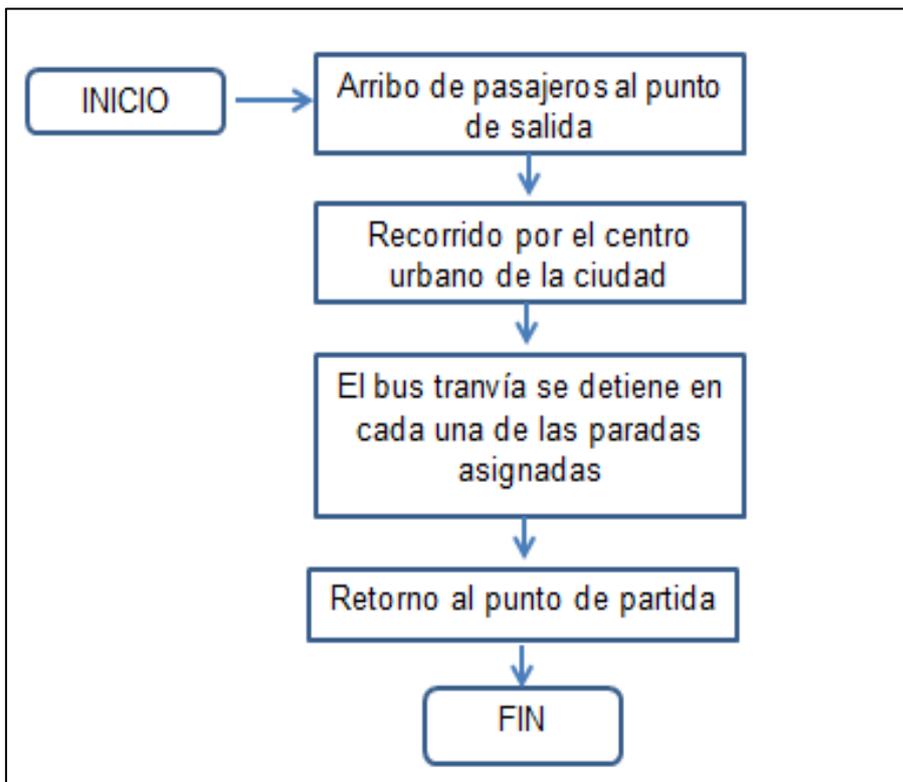


Gráfico 20. Flujograma para la recepción del turista

c) Servicio de guianza**Gráfico 21. Flujograma para el servicio de guianza**

d) Recorrido para turistas**Gráfico 22. Flujograma para el recorrido de turistas**

e) Recorrido Memoria viva**Gráfico 23. Flujograma para el recorrido Memoria viva**

f. Requerimientos del área productiva

1) Activos fijos

Cuadro 97. Activos fijos para el área productiva

Rubro	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Vehículos (bus tipo tranvía)	2	\$75.000,00	\$150.000,00
TOTAL			\$150.000,00

Fuente. Dirección financiera del GADM Guaranda, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

2) Costos

a) Materia prima e insumos

Cuadro 98. Uniformes para el talento humano del área productiva

Denominación	Cantidad	Gasto total
Guías turísticas	3	\$594,00
Choferes	2	\$380,00
TOTAL	5	\$974,00

Fuente. Dirección financiera del GADM Guaranda, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

b) Talento humano

Las guías turísticas serán estudiantes de la carrera de Gestión turística y hotelera de la Universidad Estatal de Bolívar, las mismas que realizarán la guianza en la ciudad a cambio de horas de pasantías y cursos de capacitación por parte del GADM de Guaranda. Los choferes serán los profesionales que laboran actualmente en el municipio, los cuales no van a obtener ingresos adicionales por brindar el servicio de recorridos por la ciudad.

Cuadro 99. Talento humano del área productiva

Denominación	Cantidad	Responsabilidades
Guía turístico	6	Ofrecer el servicio de guianza a los pobladores de la ciudad y turistas, en cada recorrido del bus tranvía.
Chofer	2	Conducir las unidades de transporte para los recorridos guiados por la ciudad.

Fuente. Dirección de talento humano del GADM Guaranda, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

c) Combustible

Cuadro 100. Combustible

Denominación	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Combustible de los vehículos	30 galones cada uno	\$60,00	\$720,00

Fuente. Dirección financiera del GADM Guaranda, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

d) Mantenimiento

Para el mantenimiento de los vehículos (buses tipo tranvía) se calcula el 1,5% del valor total de estos activos, siendo el valor de \$2.250,00.

g. Características técnicas del bus tranvía

Los dos buses tipo tranvía cuentan con las siguientes características técnicas:

- Asientos fijos tipo parque en madera vista A850,
- Asiento de chofer tapizado reclinable,
- Botiquín,
- Cajuela lateral,
- Caja de herramientas, baterías,
- Claraboyas superiores (2),

- Espejos exteriores (2),
- Espejo interior,
- Forro exterior galvanizado, fibra de vidrio y aluminio,
- Forro interior superior y lateral en fibra de vidrio maderado,
- Guarda choque delantero y posterior desmontables,
- Guardabarros,
- Instalación de radio MP3, 5 parlantes, amplificador, micrófono y antena,
- Luces direccionales: delanteras (media, alta y baja), posteriores, de stop, de retro, de demarcación, de grada, de cajuela y de salón
- Manillas en la puerta,
- Motores de limpiaparabrisas eléctricos doble eje, brazos y plumas,
- Parabrisas de tres secciones,
- Pintura exterior en poliuretano (en cabina al horno),
- Porta llanta bajo la carrocería,
- Puerta delantera derecha plegable tras el eje delantero (acción neumática) de 1200mm de ancho, con sistema de elevador para personas con discapacidad,
- Sección posterior con 3 vidrios de seguridad,
- Tablero para instrumentos,
- Ventanas pegadas de una sección, con ventolera, vidrio plano claro de seguridad templado, en aluminio y caucho, con expulsores de seguridad,
- Chasis Volkswagen 9150. (Carrocerías Varma S. A., proveedor de los buses para el GADM Guaranda)

El local de venta de tickets para el servicio del bus tranvía debe estar ubicado, preferentemente, en el centro de la ciudad cerca de la oficina de turismo con la finalidad de que los turistas la encuentren más rápido; con 5m² en cuya distribución interna estarán: un escritorio para el vendedor, con computadora, archivador, mostrador, caja registradora, impresora y sillas para las personas que lleguen al local.



Gráfico 24. Buses tipo tranvía

2. Estudio socio ambiental

a. **Elaboración de la matriz de Leopold**

Cuadro 101. Matriz de Leopold

ACTIVIDADES			PLANIFICACIÓN	OPERACIÓN						ABANDONO	Afectaciones positivas	Afectaciones negativas	Agregación de impactos	
			Cambios en el tráfico	Modificaciones			Accidentes		Situación y tratamiento de residuos					
				Tráfico	Contaminación	Ruido	Por tráfico	Fallos de funcionamiento						
Acciones antrópicas			Tráfico urbano	Fluidez	Seguridad	Reducción de tiempos	Humos	Ruidos y vibraciones	Por tráfico	Fallos de funcionamiento	Almacenamiento de vehículos			
Factores Ambientales														
Características físicas y químicas	Tierra	Suelos	5						-4	-6	-2	1	3	-16
	Atmosfera	Calidad	6				-5		4	4	3	1	1	4
Factores sociales	Recreativo	Zonas recreativas	4	5	8	6	-4	-4	-4	-5		4	4	54
			6	5	6	5	4	4	4	5				

Estéticos	Vistas panorámicas	6	8	-5	-4						2	2	48
	Monumentos	6	6	4	4				-4		0	3	-36
	Lugares históricos	5		4	2				4		1	2	5
	Red de transporte	5	5	4	2					5	5	2	144
Servicios	8	8	6	-4	-4					5			
		6	5	6	5	4	4			5			
											COMPROBACIÓN		
Afectaciones positivas		6	2	3	2	0	0	0	0	1			
Afectaciones negativas		0	0	0	0	6	5	2	3	1	203		
Agregación de impactos		187	50	14	60	-104	-56	-32	-65	19	203	203	

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.

b. Análisis de resultados

Luego de haber elaborado la matriz de Leopold, se puede determinar que los efectos negativos son de baja intensidad, por lo que la implementación del proyecto si se puede realizar.

La matriz elaborada posee 15.600 unidades de impacto, se traduce estos resultados a valores porcentuales, siendo 15.600 unidades de impacto el 100%, comparado con 203 unidades de impacto correspondiente al 1.3% del valor total de la matriz elaborada en el presente estudio, en consecuencia el proyecto es ambientalmente viable.

C. ESTUDIO LEGAL ADMINISTRATIVO

1. Ámbito legal

a. Análisis de normativa legal

La normativa que ampara el presente proyecto considera a la Constitución de la República del Ecuador, Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización, Ley de Turismo y Ley de Compañías.

1) Constitución de la República del Ecuador

La Constitución Política del Ecuador actual, publicada el 20 de Octubre del 2008 en el Registro Oficial 449, indica en el **Artículo 85**: “La formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos que garanticen los derechos reconocidos por la Constitución, se regularán de acuerdo con las siguientes disposiciones:

- a)** Las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos se orientarán a hacer efectivos el buen vivir y todos los derechos, y se formularán a partir del principio de solidaridad.
- b)** Sin perjuicio de la prevalencia del interés general sobre el interés particular, cuando los efectos de la ejecución de las políticas públicas o prestación de bienes o servicios públicos vulneren o amenacen con vulnerar derechos constitucionales, la política o prestación deberá reformularse o se adoptarán medidas alternativas que concilien los derechos en conflicto.
- c)** El Estado garantizará la distribución equitativa y solidaria del presupuesto para la ejecución de las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos.

En la formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos se garantizará la participación de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades.”

2) Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización

El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, publicado el 19 de octubre de 2011 en el registro oficial 303, en el **Artículo 53** indica que: “Los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por las funciones de participación ciudadana; legislación y fiscalización; y, ejecutiva previstas en este Código, para el ejercicio de las funciones y competencias que le corresponden.

La sede del gobierno autónomo descentralizado municipal será la cabecera cantonal prevista en la ley de creación del cantón.”

En el **Artículo 54** se menciona que: “Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes:

- Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial cantonal, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo;

- Promover los procesos de desarrollo económico local en su jurisdicción, poniendo una atención especial en el sector de la economía social y solidaria, para lo cual coordinará con los otros niveles de gobierno;
- Regular, fomentar, autorizar y controlar el ejercicio de actividades económicas, empresariales o profesionales, que se desarrollen en locales ubicados en la circunscripción territorial cantonal con el objeto de precautelar los derechos de la colectividad;
- Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad del cantón.”

3) **Ley de Turismo**

Legalizada mediante el Decreto Ejecutivo 1424, publicada en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, propone en el **Artículo 4** que: “La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,

- Fomentar e incentivar el turismo interno.”

4) Ley de Compañías

La ley de compañías se legalizó mediante el registro oficial 312 de 05 de noviembre de 1999, cuya última modificación se realizó el 20 de mayo de 2014 y sigue vigente; en el **Artículo 308** se indica: “El Estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público, podrán participar, juntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta compañía.”

En el **Artículo 309** se menciona que: “La facultad a la que se refiere el artículo anterior corresponde a las empresas dedicadas al desarrollo y fomento de la agricultura y de las industrias convenientes a la economía nacional y a la satisfacción de necesidades de orden colectivo; a la prestación de nuevos servicios públicos o al mejoramiento de los ya establecidos.”

El **Artículo 310** habla acerca de: “Las entidades enumeradas en el Art. 308 podrán participar en el capital de esta compañía suscribiendo su aporte en dinero o entregando equipos, instrumentos agrícolas o industriales, bienes muebles e inmuebles, efectos públicos y negociables, así como también mediante la concesión de prestación de un servicio público por un período determinado.”

El **Artículo 312** se indica que: “Los estatutos establecerán la forma de integrar el directorio, en el que deberán estar representados necesariamente tanto los accionistas del sector público como los del sector privado, en proporción al capital aportado por uno y otro. Cuando la aportación del sector público exceda del cincuenta por ciento del capital de la compañía, uno de los directores de este sector será presidente del directorio. Asimismo, en los estatutos, si el Estado o las entidades u organismos del sector público, que participen en la compañía, así lo plantearan, se determinarán los requisitos y condiciones especiales que resultaren adecuados, respecto a la transferencia de las acciones y a la participación en el aumento de capital de la compañía.”

En el **Artículo 312** se muestra que: “Al formarse la compañía se expresará claramente la forma de distribución de utilidades entre el capital privado y el capital público.”

El **Artículo 315** menciona que: “Las escrituras de constitución de las compañías de economía mixta, las de transformación, de reforma y modificaciones de estatutos, así como los correspondientes registros, se hallan exoneradas de toda clase de impuestos y derechos fiscales, municipales o especiales. También se exonera de toda clase de impuestos municipales y adicionales a los actos y contratos y sus correspondientes registros, que efectúen las compañías de economía mixta, en la parte que le correspondería pagar a éstas. El Ministerio de Finanzas podrá exonerar temporalmente de impuestos y contribuciones a las compañías de economía mixta, para propiciar su establecimiento y desarrollo, con excepción de los establecidos en la Ley de Régimen Tributario Interno.”

b. Tipo de empresa

Analizado el contexto legal vigente y en especial las competencias del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (GADM) las cuales indican que es el impulsador de la actividad turística en Guaranda, se ha considerado que se puede crear una **Empresa Pública de Gestión de Destino Turístico**, de derecho público, cuya misión es desarrollar la actividad turística en la ciudad de Guaranda, tal como la generación y reconversión de nuevos productos turísticos, adecuación de la infraestructura turística, capacitación, formación, profesionalización en el sector turístico, promoción de la ciudad a nivel nacional e internacional como destino turístico, entre otros.

Se ha tomado como ejemplo el modelo de gestión de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico del Distrito Metropolitano de Quito, la misma que se ha creado por medio de ordenanzas de funcionamiento aplicadas por el GADM de este cantón, considerando lo siguiente:

1) Objetivo principal

Gestionar el destino turístico de forma sostenible, buscando equilibrio territorial e incidencia nacional; a través del diseño, desarrollo, asistencia técnica, promoción y comercialización de los productos turísticos del distrito, con la participación de todas las formas de organización de la producción y ciudadanía, en beneficio de la experiencia de los visitantes nacionales y extranjeros.

2) Objetivos específicos

- Promocionar a la ciudad como sede de congresos, ferias, convenciones y viajes de incentivos;
- Promocionar el uso de la infraestructura turística de la ciudad y los servicios específicos, para la realización de todo tipo de eventos nacionales e internacionales; y,
- Promover la participación de las empresas del sector turístico público y privado, en la organización y desarrollo de congresos, ferias, convenciones, viajes de incentivos y eventos en general.

Cabe recalcar que "... Para el cumplimiento de su objeto y fines, la empresa pública metropolitana podrá transmitir la ciencia y técnica de mercadeo turístico; producir y difundir una imagen y marca del cantón; editar, distribuir materiales promocionales y publicitarios; producir, comercializar mercaderías y artesanías relacionadas con la ciudad; y, organizar y participar en convenciones, ferias, eventos promocionales y comerciales...".

3) Fuentes de ingresos

Respecto a sus recursos financieros, se determina que sin perjuicio de lo establecido en el régimen general de las empresas públicas, son los siguientes:

- Los recursos provenientes de la tasa por la Licencia Única Anual de Funcionamiento de las actividades de turismo en función de una Ordenanza, elaborada por el consejo municipal;
- Los recursos provenientes de la tasa por facilidades y servicios turísticos en la circunscripción del cantón; y,
- Las asignaciones presupuestarias y desembolsos anuales efectuados por el Municipio de la ciudad. Esta asignación presupuestaria será al menos igual al monto del valor recaudado por concepto de tasas en el ejercicio inmediatamente anterior al año de la aprobación del presupuesto municipal en el que deba constar la asignación presupuestaria.

Es importante indicar que el proceso de creación de una empresa pública como parte del GADM Guaranda se llevará a cabo mediante procesos administrativos internos de esta dependencia.

2. Ámbito administrativo

a. Requerimientos del área administrativa

1) Talento humano

Cuadro 102. Talento humano área administrativa

Denominación	Cantidad	Pago anual	Responsabilidades
Gerente General	1	\$6.132,00	Administrar, planificar, organizar, dirigir y tomar decisiones de la compañía
Administrador/a Financiero	1	\$2.060,00	Análisis de presupuestos, predicción y manejo de efectivo, administración crediticia, análisis de inversiones y procuramiento de fondos.
Jefe Jurídico	1	\$1.676,00	Brindar apoyo legal a todas las áreas de la Empresa, creando valor en las actividades conducentes al cumplimiento de sus objetivos.
Jefe de Planificación	1	\$2.205,00	Acompañar, realizar el seguimiento y evaluación de la gestión y desarrollo a mediano y largo plazo de la empresa, de acuerdo a la visión empresarial
TOTAL		\$12.073,00	

Fuente. Remuneraciones mensuales IESS, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

2) Materiales e insumos

Cuadro 103. Materiales e insumos del área administrativa

Denominación	Cantidad trimestral	Costo unitario	Costo anual
Papel bond	2 resmas	\$3,80	\$30,40
Esferos	6	\$0,25	\$6,00
Grapas	1	\$1,50	\$6,00
Carpetas de cartón	5	\$0,25	\$1,25
Engrapadora	1	\$8,00	\$8,00
Perforadora	1	\$7,50	\$7,50
Saca grapas	1	\$0,80	\$0,80
Archivadores de cartón	3	\$2,50	\$30,00
Papel de notas	3	\$1,20	\$14,40
Cinta adhesiva	1	\$0,80	\$3,20
Lápices	1	\$0,25	\$1,00
Borradores	1	\$0,20	\$0,80
TOTAL		\$27,05	\$109,35

Fuente. Librería San Pedro, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

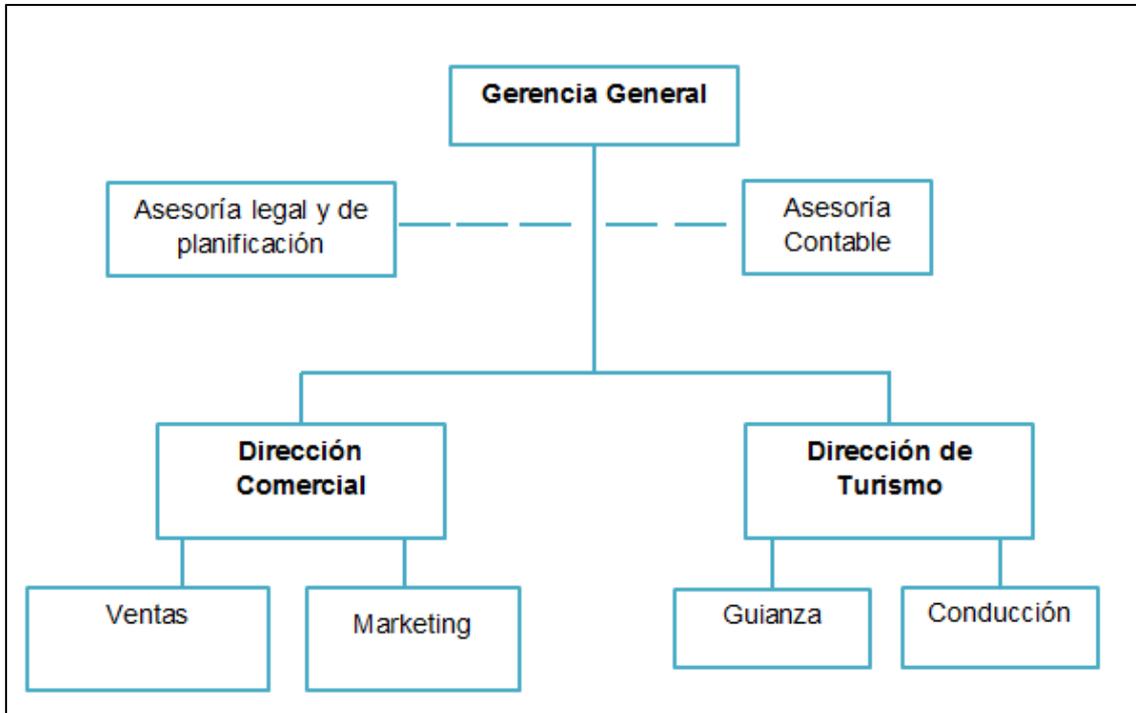
3) Activos fijos

Cuadro 104. Activos fijos del área administrativa

EQUIPOS DE OFICINA			
Denominación	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Impresora láser hp COMPAQ	1	\$223.21	\$223,21
Computador Lenovo aio c260	2	\$534.82	\$1069,64
Tablet Samsung 10.1" galaxy tab	2	\$427.68	\$855,36
Pen drive sandisk 8 gb cruzer	3	\$10.71	\$32,13
Regulador de voltaje ups apc 8 tomas 550 va	1	\$75.89	\$75,89
Mouse pad gel omega gris	2	\$6.25	\$12,50
Estuche para Tablet	2	\$49.11	\$98,22
Parlante Logitech s150 negro	2	\$16.07	\$32,14
Calculadora casio científica 2	2	\$13.39	\$26,78
SUBTOTAL			\$2.425,87
MUEBLES Y ENSERES			
Denominación	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Silla ejecutiva reclinable con soportes	2	\$380.00	\$760,00
Escritorio ejecutivo	2	\$260.00	\$520,00
Silla para clientes	4	\$70.00	\$280,00
SUBTOTAL			\$1.560,00

Fuente. Hardware sistem, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

b. Estructura orgánica funcional**1) Organigrama estructural****Gráfico 25. Organigrama estructural**

2) Organigrama funcional

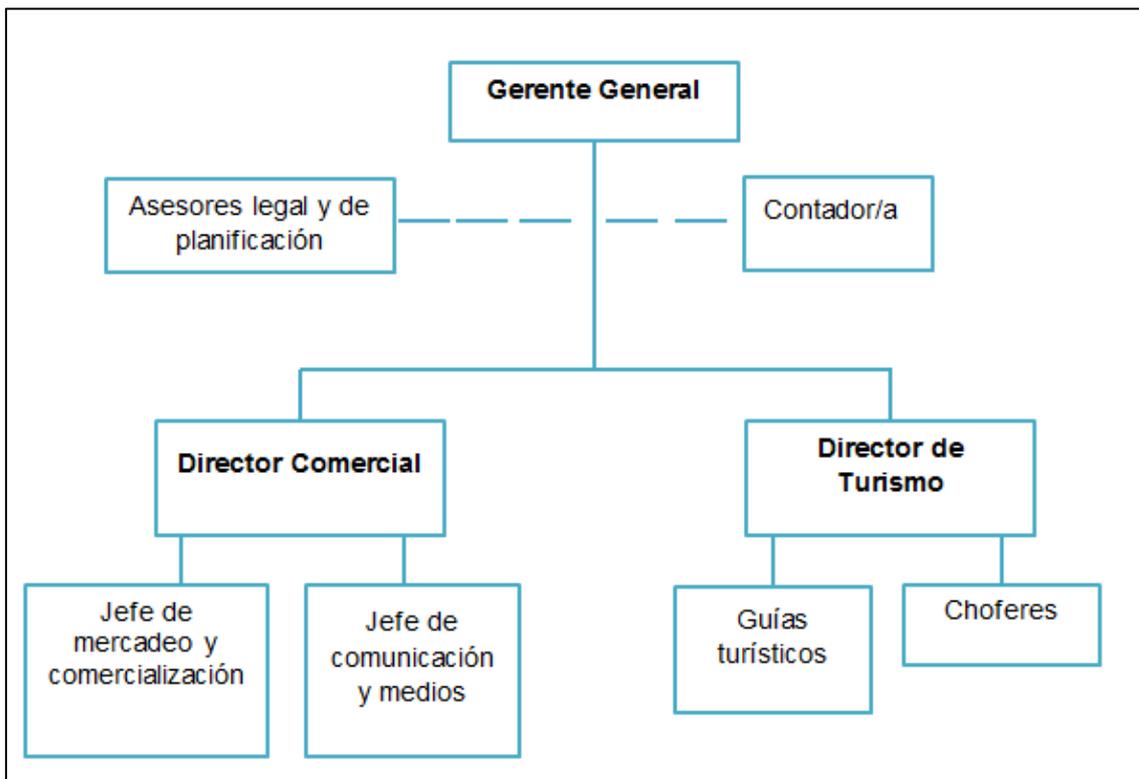


Gráfico 26. Organigrama funcional

c. Cargos y funciones

Cuadro 105. Cargos y funciones del gerente general

GERENTE GENERAL	
LOCALIZACIÓN	Administración general
MISIÓN DEL CARGO	
Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la empresa pública y es responsable ante el directorio por su gestión administrativa, técnica y financiera. La gerencia general es la cabeza de las operaciones que la empresa ejecute a nivel técnico y operativo.	
RESPONSABILIDADES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa. • Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas. • A través de su equipo de trabajo, volver operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo. • Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles. • Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción. 	
INDICADORES DE MEDICIÓN	
INDICADOR EMPRESARIAL	INDICADOR DEL PROCESO
Automatizar procesos de servicio y atención al cliente, así como los procesos de monitoreo, seguimiento y evaluación de los reportes de gestión y rendición de cuentas.	Porcentaje de avance, implementación de Manual de Procesos.
FORMACIÓN PROFESIONAL	
<p>Título de tercer o cuarto nivel en: administración de empresas, comercialización. Conocimientos en: informática, contabilidad, formulación y evaluación de proyectos, sistemas de gestión de calidad, etc. Nivel alto de inglés.</p>	

Fuente. Quito Turismo, 2010

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Cuadro 106. Cargos y funciones del administrador/a financiero

ADMINISTRADOR/A FINANCIERO	
LOCALIZACIÓN	Administración financiera
MISIÓN DEL CARGO	
Brindar el apoyo administrativo financiero a las diferentes áreas de la empresa a fin de que puedan cumplir sus objetivos a cabalidad.	
RESPONSABILIDADES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Analizar los aspectos financieros de todas las decisiones. • Ayudar a elaborar las decisiones específicas que se deban tomar y a elegir las fuentes y formas alternativas de fondos para financiar dichas inversiones. • Controlar los costos con relación al valor producido, principalmente con el objeto de que la empresa pueda asignar a sus productos un precio competitivo y rentable. • Vincular a la empresa con los mercados de dinero y capitales, ya que en ellos es en donde se obtienen los fondos y en donde se negocian los valores de la empresa, siempre con autorización previa del Gerente General. • Manejar y supervisión de la contabilidad y responsabilidades tributarias con el SRI. Asegura también la existencia de información financiera y contable razonable y oportuna para el uso de la gerencia. 	
INDICADORES DE MEDICIÓN	
INDICADOR EMPRESARIAL	INDICADOR DEL PROCESO
Mejorar el nivel de recaudación. Desarrollar proyectos de autogestión financiera.	Monto de ingresos por concepto de autogestión del área comercial en el presupuesto de la empresa.
FORMACIÓN PROFESIONAL	
Título de tercer o cuarto nivel en: administración de empresas, contabilidad y auditoría. Conocimientos en: informática, contabilidad, etc. Nivel medio de inglés.	

Fuente. Quito Turismo, 2010

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Cuadro 107. Cargos y funciones del jefe jurídico

JEFE JURÍDICO	
LOCALIZACIÓN	Asesoría jurídica
MISIÓN DEL CARGO	
Brindar apoyo legal a todas las áreas de la Empresa, creando valor en las actividades conducentes al cumplimiento de sus objetivos.	
RESPONSABILIDADES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar los diferentes temas jurídicos relacionados con los procesos de contratación laboral, civil y comercial, convenios de cooperación y acuerdos interinstitucionales, haciéndose responsable del adecuado y oportuno trámite de contratos, órdenes, convenios y demás documentos legales que se generan en la empresa. • Ejercer, conforme a las directrices de la dirección general, la representación jurídica de la empresa en procesos laborales, civiles, comerciales y administrativos que se adelanten en su contra. • Prestar asesoría jurídica en asuntos relacionados con derechos de autor, propiedad intelectual, patentes y marcas. • Presentar informes y conceptos a la dirección general, cuando ésta lo requiera con relación al desarrollo de las actividades de su dependencia. 	
INDICADORES DE MEDICIÓN	
INDICADOR EMPRESARIAL	INDICADOR DEL PROCESO
Establecer alianzas estratégicas con el sector privado.	Porcentaje de convenios suscritos con la industria turística.
FORMACIÓN PROFESIONAL	
<p>Título de tercer o cuarto nivel en: Derecho, con especialización en derecho administrativo, civil, comercial o laboral.</p> <p>Conocimientos en: contratación, derechos de autor, propiedad intelectual e industrial, patentes y marcas, informática e internet.</p> <p>Nivel medio de inglés.</p>	

Fuente. Quito Turismo, 2010

Elaborado por. María Alicia Noboa.

Cuadro 108. Cargos y funciones del jefe de planificación

JEFE DE PLANIFICACIÓN	
LOCALIZACIÓN	Asesoría de planificación
MISIÓN DEL CARGO	
Acompañar, realizar el seguimiento y evaluación de la gestión y desarrollo a mediano y largo plazo de la empresa, de acuerdo a la visión empresarial.	
RESPONSABILIDADES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, coordinar y supervisar las acciones de la Empresa. • Dirigir la formulación y evaluación de los planes estratégicos y operativos, de acuerdo a los lineamientos y directivas vigentes. • Dirigir la formulación de normas, evaluación y reformulación de planes estratégicos y operativos. • Dirigir el proceso de capacitación y entrenamiento en planificación estratégica y operativa. 	
INDICADORES DE MEDICIÓN	
INDICADOR EMPRESARIAL	INDICADOR DEL PROCESO
Generar un modelo de gestión de proyectos rentables.	Porcentaje de proyectos con impacto de plazas de trabajo directas e indirectas.
FORMACIÓN PROFESIONAL	
Título de tercer o cuarto nivel en: Formulación y evaluación de proyectos, Conocimientos en: contratación, administración pública y privada. Nivel medio de inglés.	

Fuente. Quito Turismo, 2010

Elaborado por. María Alicia Noboa.

D. ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

1. Inversiones

Cuadro 109. Inversiones

TIPO	INVERSIÓN
ACTIVOS FIJOS	
2 Vehículos (buses tipo tranvía)	\$150.000,00
Local de venta de tickets	\$9.500,00
Uniformes	\$974,00
Equipos de oficina	\$2.425,87
Muebles y enseres	\$4.280,00
Tickets	\$262,50
Materiales de oficina	\$109,35
ACTIVO NOMINAL	
Capacitación talento humano	\$300,00
Promoción y publicidad	\$4.390,00
CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos y salarios	\$3.127,42
Combustible vehículo	\$120,00
Mantenimiento	\$375,00
TOTAL	\$175.864,14

Fuente. Requerimientos de las áreas: comercial, productiva y administrativa, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

2. Depreciaciones

Cuadro 110. Depreciaciones

ACTIVOS	VALOR	VALOR ANUAL DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN POR PROYECTO	VALOR DE SALVAMENTO	COSTO DE DEPRECIACIÓN POR PROYECTO
Vehículos	\$150.000,00	\$30.000,00	5 años	100%	\$0,00	\$150.000,00
Equipos de oficina	\$2.425,87	\$242,59	10 años	50%	\$1.212,91	\$1.212,91
Muebles y enseres	\$1.560,00	\$ 156,00	10 años	50%	\$ 780,00	\$ 780,00
Local de venta de tickets	\$9.500	\$475,00	20 años	25%	\$7.125	\$2.375,00
TOTAL	\$166.205,87	\$31.145,59			\$10.477,94	\$155.727,94

Fuente. Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, 2014.

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.

3. Amortización de inversiones nominales

Cuadro 111. Amortización de inversiones nominales

INVERSIÓN	VALOR	AÑOS				
		2016	2017	2018	2019	2020
Capacitación talento humano	\$300,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00
Promoción y publicidad	\$4.390,00	\$878,00	\$878,00	\$878,00	\$878,00	\$878,00
TOTAL	\$4.690,00	\$938,00	\$938,00	\$938,00	\$938,00	\$938,00

Fuente. Inversiones nominales, área comercial, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

4. Estructura de costos y gastos

Cuadro 112. Estructura de costos y gastos

DENOMINACIÓN	AÑOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
Costos de producción					
Combustible vehículos	\$720,00	\$734,40	\$749,09	\$764,07	\$779,35
Mantenimiento	\$2.250,00	\$2.295,00	\$2.340,90	\$2.387,72	\$2.435,47
Gastos administrativos					
Sueldos y salarios	\$18.764,50	\$19.139,79	\$19.522,59	\$19.913,04	\$20.311,30
Depreciaciones	\$31.145,59	\$31.768,50	\$32.403,87	\$33.051,95	\$33.712,99
TOTAL	\$52.880,09	\$53.937,69	\$55.016,44	\$56.116,77	\$57.239,11

Elaborado por. María Alicia Noboa.

5. Presupuesto de ingresos

Cuadro 113. Presupuesto de ingresos

DENOMINACIÓN	AÑOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
Circuito para la población de Guaranda	8.971	9.106	9.246	9.387	9.529
Precio	\$0,25	\$0,25	\$0,25	\$0,25	\$0,25
Subtotal	\$2.242,75	\$2.276,50	\$2.311,50	\$2.346,75	\$2.382,25
Circuito de las iglesias	787	889	1005	1136	1283
Precio	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00
Subtotal	\$4.722,00	\$5.334,00	\$6.030,00	\$6.816,00	\$7.698,00
Circuito centro histórico	1181	1335	1508	1704	1926
Precio	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00
Subtotal	\$4.724,00	\$5.340,00	\$6.032,00	\$6.816,00	\$7.704,00
Circuito Ángel Polibio Chávez	394	445	503	569	642
Precio	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00
Subtotal	\$1.576,00	\$1.780,00	\$2.012,00	\$2.276,00	\$2.568,00
Circuito Salinas	983	1111	1255	1418	1603
Precio	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00
Subtotal	\$4.915,00	\$5.555,00	\$6.275,00	\$7.090,00	\$8.015,00
Circuito Las Cochas	590	667	753	851	962
Precio	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00
Subtotal	\$3.540,00	\$4.002,00	\$4.518,00	\$5.106,00	\$5.772,00
TOTAL	\$21.719,75	\$24.287,50	\$27.178,50	\$30.450,75	\$34.193,25

Fuente. Consumo aparente por productos, área productiva, 2015.

Elaborado por. María Alicia Noboa.

6. Estado de resultados

Cuadro 114. Estado de resultados

DETALLE	AÑOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	\$21.719,75	\$24.287,50	\$27.178,50	\$30.450,75	\$34.193,25
Costo de producción	\$2.970,00	\$3.029,40	\$3089,99	\$3151,79	\$3214,82
Utilidad bruta	\$18.749,75	\$21.258,10	\$24.088,51	\$27.298,96	\$30.978,43
Gastos administrativos	\$49.910,09	\$50.908,29	\$51.926,45	\$52.964,98	\$54.024,28
Utilidad antes de impuestos y repartición de utilidades	\$49.910,09	\$50.908,29	\$51.926,45	\$52.964,98	\$54.024,28
25% impuestos	\$12.477,52	\$12.727,07	\$12.981,61	\$13.241,25	\$13.506,07
Utilidad antes de repartición de utilidades	\$37.432,57	\$38.181,22	\$38.944,84	\$39.723,74	\$40.518,21
15% utilidades	\$5.614,88	\$5.727,18	\$5.841,73	\$5.958,56	\$6.077,73
Utilidad neta	\$31.817,68	\$32.454,03	\$33.103,11	\$33.765,18	\$34.440,48

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.

7. Evaluación financiera

a. Flujo de caja

Cuadro 115. Flujo de caja

DETALLE	AÑOS					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Inversiones	-\$175.864,14					
Valor de salvamento						\$10.477,94
Capital de Trabajo						\$3.622,42
Venta Neta		\$21.719,75	\$24.287,50	\$27.178,50	\$30.450,75	\$34.193,25
Depreciaciones		\$31.145,59	\$31.145,59	\$31.145,59	\$31.145,59	\$31.145,59
FLUJO DE CAJA	-\$175.864,14	\$52.865,337	\$55.433,09	\$58.324,09	\$61.596,34	\$79.439,19

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.

b. Indicadores financieros

Cuadro 116. Indicadores financieros

DETALLE	AÑOS					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Flujo de Caja	-\$175.864,14	\$52.865,337	\$55.433,09	\$58.324,09	\$61.596,34	\$79.439,19
Factor de actualización	1	0,93	0,88	0,83	0,77	0,73
Valor Actualizado	\$175.864,14	\$49.164,76	\$48.781,12	\$48.408,99	\$47.429,18	\$57.990,61
Sumatoria de Ingresos Actualizados	\$251.774,66					
Sumatoria de Egresos Actualizados	\$175.864,14					
VAN	\$75.910,52					
TIR	36%					
BC	\$1,43					

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.

VI. CONCLUSIONES

1. La aceptación para el proyecto de implementación de buses turísticos tipo tranvía fue de 82% por parte de la población de la ciudad de Guaranda, 79% de aprobación en el caso de turistas nacionales y para los turistas extranjeros un 60%.
2. Se utilizó como demanda objetivo al 10% de la demanda insatisfecha para el segmento población económicamente activa de la ciudad, dando como resultado un consumo de 8.971 turistas en el primer año; en el caso de los turistas se ha considerado el 20% de la demanda insatisfecha, teniendo a 3.935 visitas anuales; lo que permitió requerir la inversión de dos medios de transporte y potenciar los atractivos turísticos de la ciudad en función del diseño técnico de circuitos y flujogramas de procesos.
3. En el análisis socio ambiental se determinó que los efectos negativos son de baja intensidad en comparación a los efectos positivos como: la dinamización de la economía local, generación de fuentes de empleo e impulso al desarrollo turístico de la ciudad; por lo que la implementación del proyecto es viable desde el punto de vista ambiental y social.
4. De acuerdo al estudio legal administrativo, el proyecto se ha constituido como Empresa Pública de Gestión de Destino Turístico, de derecho público, cuya misión es desarrollar la actividad turística en la ciudad de Guaranda, tal como la generación y reconversión de nuevos productos turísticos, adecuación de la infraestructura turística, capacitación, formación, profesionalización en el sector turístico, promoción de la ciudad a nivel nacional e internacional como destino turístico, entre otros; constitución a cargo de procesos administrativos internos del GADM de Guaranda.
5. La inversión total del proyecto es de \$175.864,14, cuyo financiamiento estará a cargo de la Empresa Pública, solventando los gastos de activos fijos,

nominales y capital de trabajo; generando, en un futuro, utilidades que serán reinvertidas en el proyecto.

6. De acuerdo al estudio financiero, la relación beneficio costo es \$1,43, es decir, por cada \$1,00 de inversión se obtendrá una ganancia de \$0,43; el Valor Actual Neto es positivo y representa \$75.910,52 y la Tasa Interna de Retorno es de 36%, siendo indicadores favorables, ya que el porcentaje obtenido es mayor a la tasa de interés que presentan las instituciones bancarias; por lo tanto el proyecto es viable financieramente.

7. El proyecto a más de ser viable financieramente, se ha constituido como una herramienta de fortalecimiento de la memoria viva de los pobladores de la ciudad de Guaranda, al convertirlos en agentes de salvaguarda y difusión de su patrimonio natural y cultural, haciendo que, a su vez, se promueva la inclusión social por medio de la generación de plazas de empleo para la operación de este producto turístico.

VII. RECOMENDACIONES

1. Con la finalidad de posicionar el proyecto en el mercado turístico nacional e internacional, se sugiere realizar campañas publicitarias utilizando medios como una página web y redes sociales, debido a que los segmentos de mercado, considerados como demanda objetivo, buscan información y consumen servicios turísticos de esta manera.
2. Se recomienda cumplir con todos los requisitos legales de constitución de la Empresa Pública de Gestión del Destino Turístico para que sea ésta la encargada de ejecutar el proyecto y mejorar el desarrollo turístico de la ciudad; además de brindar capacitaciones constantes para asegurar la calidad del servicio.
3. Se sugiere llevar a cabo el proyecto mediante alianzas estratégicas entre la Empresa de Gestión del Destino Turístico, como parte del sector público y empresas de operación turística como representantes del sector privado.
4. Todos los estudios efectuados han dado como resultado la factibilidad del proyecto, razón por la cual se recomienda su ejecución.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: Determinar la factibilidad para la implementación de buses turísticos tipo tranvía en la ciudad de Guaranda, provincia de Bolívar, como alternativa de desarrollo turístico, mediante la elaboración de estudios: de mercado, técnico, socio ambiental, administrativo legal y financiero; utilizando métodos cuantitativos y cualitativos tomados de fuentes primarias y secundarias. En el estudio de mercado se determinó que el proyecto es viable debido a que, del segmento de la Población Económicamente Activa de Guaranda un 82%, de un total de 35.123 personas, está de acuerdo con la implementación de este producto; de igual manera, del segmento de turistas nacionales y extranjeros que llegan a la ciudad, existe un 79% y 60% de aceptación respectivamente, de un total de 14.738 personas. En el estudio técnico se propuso el diseño de circuitos que recorren la ciudad y sus atractivos, además de impulsar la revalorización del patrimonio natural y cultural de Guaranda. En el estudio socio ambiental se aplicó la matriz de Leopold y se identificó impactos levemente negativos a comparación de los impactos altamente positivos. En el estudio administrativo legal se implantó la estructura organizacional y funcional, los lineamientos para conformar la Empresa Pública de Gestión del Destino Turístico, así como un manual de cargos y funciones para tener una debida operación. Al establecer el estudio financiero para un periodo de 5 años, con una inversión de \$175.864,14 se obtuvo un VAN de \$75.910,52, una TIR de 36% y una relación beneficio costo de \$1,43, lo que indica que el proyecto es factible.



IX. SUMMARY

This research proposes: to determine the feasibility for the implementation of tour buses type tram in the city of Guaranda, province of Bolívar, as an alternative of tourism development, through the elaboration of technical, socio- environmental, legal and financial market administration studies, using quantitative and qualitative methods taken from primary and secondary sources. It was determined that the project is viable in the market study because from de segment of the economically active population of Guaranda a 82%, of a total of 35.123 people, is in accordance with the implementation of this product; as the same way from the segment of national and foreign tourists who visit the city, there is a 79% and 60% of acceptance respectively, of a total of 14.738 people. The design of circuits that run though the city and its attractions was proposed in the technical study, as well as promote the appreciation of the natural and cultural heritage. Leopold matrix was applied and slightly negative impacts compared to the highly positive impacts were identified in the socio- environmental study. The organizational and functional structure, the guidelines to conform the public company`s management of the tourism destination, as well as the manual of positions and functions for proper operation were introduced in the administrative legal study.to establish the financial study for a period of 5 years, with an investment of \$175.864,14 it was obtained a NPV (net present value) of \$75.910,52, an IRR (internal return rate) of 36% and a benefit cost relationship of \$1,43, which indicates that the project is feasible.



X. **BIBLIOGRAFÍA**

1. Arboleda, G. (2005). *Proyectos formulación, Evaluación y Control*. Colombia: AC editores.
2. Alcázar, B. (2006). *Los canales de distribución en el sector turístico*. Madrid. España: Editorial ESIC.
3. Arce, B. (2005). *Tránsito por vías públicas y terrestres*. Madrid. España: Editorial EUNED.
4. Arizpe, O. (2012). *Los cabos, prospectiva de un paraíso natural y turístico*. California. Estados Unidos: Editorial Universidad de San Diego.
5. Bigné, E. (2005). *Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo*. España: Editorial ESIC.
6. Borja, (2006). *El consumidor turístico*. España: Editorial ESIC.
7. Brusola, F. (2009). *Oficina técnica y proyectos*. España: Editorial Camino de Vera.
8. Caballero, V. (2006). *Prácticas Pre-profesionales II. Diagnóstico Ambiental de Las Lagunas del Centro de Recursos Tecnológicos "Fátima" Provincia de Pastaza, Riobamba Ecuador*.
9. Cabarcos, N. (2006). *Comercialización de servicios turísticos*. Cuba: Editorial ideas propias.
10. Cebrián, F. (2008). *Turismo rural y desarrollo local*. España: Editorial universidad de Castilla.

11. Cebrián, A. (2007). *Turismo cultural y desarrollo sostenible. Análisis de áreas patrimoniales*. España: Editorial Universidad de Murcia.
12. Cendrero, B. (2008). *El transporte. Aspectos y tipología*. España: Editorial Delta. Madrid.
13. Cohen, R. (2009). *Evaluación de Proyectos. Análisis Financiero*. Recuperado de: www.materias.fi.uba.ar.
14. Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y desarrollo. (2008). Suiza: Editorial de las Naciones Unidas.
15. Cousido, P. (2010). *Guía turística de San Francisco. Guía para viajeros que prefieren no entrar en un tour organizado*. Estados Unidos: Editorial recorriendo destinos.
16. Chávez, R. (2014). *Autobuses turísticos de la capital*. Recuperado de: <http://www.telegrafo.com.ec/regionales/regional-centro/item/autobuses-turisticos-de-la-capital-se-disenan-y-acoplan-en-ambato-galeria.html>:1
17. Definición ABC. (2009). *Definición de ferry*. Recuperado de: <http://www.definicionabc.com/general/ferry.php>: 6.
18. De la Calle, M. (2006). *La ciudad histórica como destino turístico*. España: Editorial Ariel.
19. Dietsche, K. (2005). *Manual de la técnica del automóvil*. Alemania: Editorial STAR Group.
20. Esteban, A. (2012). *Turismo y relaciones internacionales*. España: Editorial Dykinson

21. Errosa, V. (2005). *Proyectos de inversión en ingeniería. Su metodología*. México: Editorial Limusa.
22. Fernández, F. (2005). *Transporte público de viajeros y accesibilidad*. Castilla. España: Editorial Universidad de Castilla.
23. Ferrari, G. (2013). *Principales tendencias de investigación en turismo*. España: Editorial Septem.
24. Ferrocarriles del Ecuador. (2013). *Transporte férreo*. Recuperado de: <http://trenecuador.com/ferrocarrilesdeecuador>.
25. Ferropedia. (2015). *Definición de Autoferro*. Recuperado de: www.ferropedia.es/wiki/Autoferro.
26. Ferré, J. (2007). *Los estudios de mercado. Cómo hacer un estudio de mercado de forma práctica*. España: Editorial Díaz de Santos.
27. Fernández, S. (2007). *Los proyectos de inversión*. Costa Rica: Editorial tecnología de Costa Rica.
28. Font, J. (2006). *Tratado sobre automóviles. El entorno del automóvil*. Valencia. España: Editorial Universidad Politécnica de Valencia.
29. Francesc, J. (2005). *Gestión de empresas de turismo y ocio*. España: Editorial gestión.
30. Freile, S. (2012). *Teorías del turismo*. Recuperado de: <http://materialturismo.blogspot.com/2012/11/que-es-el-turismo.html>.
31. GADM Cuenca. (2014). *Tranvía Cuatro Ríos*. Recuperado de: <http://www.cuenca.gob.ec/?q=node/12421>.

32. Gómez, B. (2005). *Regionalización turística del mundo*. España: Editorial Universidad de Barcelona.
33. Gómez, M. (2005). *Gestión del turismo cultural y de ciudad*. España: Editorial Universidad de Castilla.
34. Grajales, G. (2006). *Estudio de mercado y comercialización*. Bogotá. Colombia: Editorial Publicaciones Misceláneas.
35. Grandío, A. (2005). *Ordenación de los espacios litorales en Galicia*. España: Editorial Gesbiblo.
36. Gray line Ecuador. (2015). *Tour "Quito city explorer"*. Recuperado de: http://graylineecuador.com/tours/quito/city-tour-quito-city-explorer-1-day-pass-8836_39.
37. Haime, L. (2005). *Planeación financiera en la empresa moderna*. México: Editorial ISEF.
38. Hamilton, M. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Colombia: Editorial CAB.
39. Hernández, E. (2007). *Proyectos Turísticos, Formulación y Evaluación*. México: Editorial Trillas.
40. Hernández, J. (2008). *La imagen de Andalucía en el turismo*. España: Editorial Centro de Estudios Andaluces.
41. Hernández, G. (2005). *Transportes terrestres*. España: Editorial Wolters.

42. Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura. (2005). *Manual sobre preparación de estudios de factibilidad*. Bogotá. Colombia: Editorial Publicaciones Misceláneas.
43. Jiménez, L. (2013). *Ecoturismo. Oferta y desarrollo sistémico local*. Colombia: Editorial Ecoe.
44. Langeard, E. (2005). *El marketing de servicios*. Madrid. España: Editorial McGraw Hill.
45. López, A. (2006). *Transporte marítimo y ferrocarril*. España: Editorial UPS.
46. Martínez, F. (2007). *Aspectos jurídicos y económicos del transporte. Hacia un transporte más seguro, sostenible y eficiente*. Francia: Editorial Universidad Jaume.
47. Martínez, O. (2006). *Guía para la presentación de proyectos*. México: Editorial siglo XXI.
48. Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá. Colombia: Editorial Ecoe.
49. Ministerio de Turismo de Ecuador. Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador (PIMTE 2014). Recuperado de: https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf;25.
50. Ministerio de Turismo de Ecuador. Dirección provincial de Bolívar. *Perfil de turistas que visitan la ciudad de Guaranda*. (2014).
51. Miranda, J. 2006. *Gestión de proyectos. Identificación, formulación y evaluación*. Colombia: Editorial MM.

52. Mitre, M. (2006). *La producción e intermediación turística en el sector de las agencias de viaje*. España: Editorial Universidad de Oviedo.
53. Muñoz, F. (2005). *El turismo explicado con claridad*. Estados Unidos: Editorial Amertown.
54. Navarro, D. (2006). *Administración financiera*. Colombia: Editorial Universidad Nacional de Colombia.
55. Olmos, L. (2011). *Estructura del mercado turístico*. España: Editorial Paraninfo.
56. Organización Mundial de Turismo. (2012). *Definición de Turismo*. Recuperado de: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>.
57. Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para el Ecuador (PLANDETUR 2020), (2009). Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>.
58. Pardo, M. (2006). *La evaluación del impacto ambiental y social para el siglo XXI. Teorías, procesos, metodología*. Madrid. España: Editorial Fundamentos.
59. Pazos, L. (2006). *Análisis económico de la liberalización del transporte aéreo*. España: Editorial Universidad de Sevilla.
60. Peral, B. (2005). *Estructura y política turística de Sevilla*. España: Editorial Universidad de Sevilla.

61. Pérez, M. (2008). *Guía del ecoturismo. Cómo conservar la naturaleza a través del turismo*. México: Editorial Mundi prensa.
62. Potau, S. (2012). *Guía práctica de viajes*. Estambul. Turquía: Editorial Ecos.
63. Publicaciones Vértice. (2008). *Marketing turístico*. España: Editorial Vértice.
64. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2005). *Informe de desarrollo humano en Santa Cruz*. Bolivia: Editorial Plural.
65. Proyecta color. (2013). *Significado de los colores*. Recuperado de: <http://www.proyectacolor.cl/significados-del-color/color-a-color>.
66. Quesada, R. (2010). *Elementos del Turismo*. San José. Costa Rica: Editorial de la Universidad Estatal a Distancia.
67. Ramírez, E. (2005). *Proyectos de inversión competitivos. Formulación y evaluación de proyectos de inversión, con visión emprendedora estratégica*. Palmira. Colombia: Editorial Universidad Nacional de Colombia.
68. Rasero, J. (2008). *El transporte marítimo de pasajeros en la Bahía de Cádiz*. España: Editoriales UCA.
69. Rodríguez, J. (2007). *Aspectos generales del transporte terrestre y del régimen de tránsito aduanero*. Colombia: Editorial Universidad Externado de Colombia.
70. Saavedra, E. (2005). *Promoción turística. Una llave para el desarrollo*. Bolivia: Editorial EDOBOL.

71. Sant'Anna, J. (2006). *Autobuses urbanos. Sistemas modernos y tradicionales*. Estados Unidos: Editorial Banco Internacional de Desarrollo.
72. Sendín, E. (2006). *Concepto de Proyecto. Análisis Económico*. Recuperado de: [www. Páginas Personales.deusto.es](http://www.Páginas Personales.deusto.es).
73. Silega, G. (2010). *Tratado de Medicina Física Hidrología y Climatología Médica*. Estados Unidos: Editorial Hippocrates.
74. Torres, E. (2006). *Estructura de mercados turísticos*. Barcelona. España: Editorial UOC.
75. Vega, P. (2006). *La accesibilidad del transporte en autobús. Diagnóstico y soluciones*. España: Editorial Imsero.
76. Yépez, P. (2013). *Déficit de transporte en zonas rurales de Bolívar*. Recuperado de: <http://www.telegrafo.com.ec/regionales/regional-centro/item/deficit-de-transporte-en-zonas-rurales-de-bolivar.html>.
77. Webusable.com. (2012). *Significado de los colores*. (en línea). Recuperado de: <http://www.webusable.com/coloursMean.htm>.

XI. ANEXOS

A. MODELO DE ENCUESTAS

1. Encuesta Población económicamente activa de Guaranda

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la factibilidad de la implementación de buses turísticos tipo tranvía en la ciudad de Guaranda. La información a proporcionar sirve estrictamente para un estudio de mercado, cuyos datos son de carácter confidencial y se utilizarán con fines estadísticos.

1. **Género:** M () F ()

2. **Edad:**

3. **Nivel de educación**

Primario () Secundario () Superior () Postgrado ()

4. **Ocupación**

Empresario () Comerciante () Estudiante () Empleado público () Empleado privado () Otros () ¿Cuáles? _____

El servicio ofertado de bus tranvía contará con las siguientes características:

- a. Capacidad para 28 pasajeros sentados,
- b. Asientos cómodos y seguros,
- c. Seguridad municipal durante el recorrido y en las paradas.

5. **Con estas particularidades, ¿Quisiera usted recorrer la ciudad en este medio de transporte?**

Si () No ()

Si su respuesta fue SI, por favor conteste las siguientes preguntas, caso contrario muchas gracias por su tiempo.

6. **¿Usted emplearía este medio de transporte con fines de movilización cotidiana?**

Si () No ()

7. ¿Usted emplearía este medio de transporte con fines recreativos?

Si () No ()

8. ¿Qué lugares quisiera que formen parte del recorrido de este servicio de transporte?

Centro histórico () Instituciones públicas () lugares de abastecimiento de bienes y servicios (mercados y supermercados, farmacias, bancos, etc.) () Otros () ¿Cuáles?

9. ¿Con qué frecuencia utilizaría usted este medio de transporte?

Una vez al día () Dos veces al día () Tres veces al día () Otra () ¿Cuál?

10. ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por este servicio?

\$0,25 () \$0,30 () \$0,35 () Más de \$0,35 ()

11. ¿Le gustaría que, como parte de este servicio de transporte, se cuente con un guía turístico para proporcionar información sobre la ciudad?

Si () No ()

Si su respuesta fue SI continúe, caso contrario siga a la pregunta 13.

12. ¿Qué tópicos le interesaría que el guía turístico conozca sobre la ciudad?

Leyendas () Gastronomía () Festividades () Historia () Arquitectura del centro histórico () Desarrollo socioeconómico () Recursos naturales (colinas, lagunas, etc.) () Otros ()
¿Cuáles? _____

13. ¿A través de qué medios le gustaría estar informado sobre este servicio?

Página web () Trípticos informativos () Redes sociales () Medios de comunicación masiva (tv local, radio, prensa escrita) () Otros () ¿Cuáles? _____

2. Encuesta Turistas nacionales

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la factibilidad de la implementación de buses turísticos tipo tranvía en la ciudad de Guaranda. La información a proporcionar sirve estrictamente para un estudio de mercado, cuyos datos son de carácter confidencial y se utilizarán con fines estadísticos.

1. **Género:** M () F ()

2. **Edad:**

3. **Ciudad de procedencia:**

4. **Nivel de educación**

Primario () Secundario () Superior () Postgrado ()

5. **Ocupación**

Empresario () Comerciante () Estudiante () Empleado público () Empleado privado ()
Otros () ¿Cuál? _____

6. **¿Con qué frecuencia viaja?**

1 vez al año () 2 veces al año () 3 o más veces al año ()

7. **¿Cuál es su nivel de gasto por viaje?**

Entre \$50 y \$100 () Entre \$100 y \$150 () Entre \$150 y \$200 () Más de \$200 ()

8. **¿Cómo acostumbra a hacer sus pagos?**

Efectivo () Tarjeta de crédito () Otros () ¿Cuál? _____

9. **¿Le gustaría realizar recorridos turísticos en autobuses con apariencia de tranvías, durante su visita a la ciudad de Guaranda?**

Si () No ()

Si su respuesta fue SI, por favor conteste las siguientes preguntas, caso contrario muchas gracias por su tiempo.

10. **¿Quisiera que el recorrido por la ciudad de Guaranda se lleve a cabo con un guía turístico?**

Si () No ()

Si su respuesta fue SI continúe, caso contrario siga a la pregunta 12.

11. ¿Qué tópicos le gustaría que el guía turístico exponga en estos recorridos?

Leyendas locales () Gastronomía () Festividades () Historia de la ciudad () Centro histórico (arquitectura) () Desarrollo socioeconómico (Salinas) () Recursos naturales (colinas, lagunas, etc.) () Otros () ¿Cuáles? _____

12. ¿Qué lugares quisiera visitar durante este recorrido turístico?

Iglesias () Museos () Parques y monumentos () Parroquias rurales (Salinas de Tomabela) () Miradores () Atractivos naturales (lagunas, colinas) () Centro histórico (edificaciones patrimoniales) () Todas las anteriores () Otros () ¿Cuáles? _____

13. ¿Qué servicios adicionales quisiera que se incluyeran en el recorrido?

Compra de artesanías y recuerdos () Servicio de cafetería () Reservación para el servicio de hospedaje en la ciudad () Información turística de la ciudad (alojamiento, alimentación, diversión, etc.) () Otros () ¿Cuáles? _____

14. ¿Qué precio estaría dispuesto/a a pagar por este servicio?

\$6,00 a \$10,00 () \$11,00 a \$15,00 () \$16,00 a \$20,00 () Otro () ¿Cuánto? _____

15. ¿Cuánto tiempo dispone usted para realizar este recorrido?

30 minutos () 1 hora () 2 horas () Más de 2 horas () Otro () ¿Cuánto tiempo? _____

16. ¿Qué tipo de frecuencia sugiere usted para este tipo de servicio?

De lunes a viernes () Fines de semana ()

17. ¿Qué forma de pago le gustaría utilizar para este servicio?

Efectivo () Tarjeta de crédito () Cheque () Otros () ¿Cuáles? _____

18. ¿A través de que le gustaría comprar este servicio?

En línea (página web) () Local de este servicio de transporte () Otros () ¿Cuáles? _____

19. ¿A través de qué medios le gustaría estar informado sobre estos servicios?

Página web () Trípticos informativos () Vallas publicitarias () Redes sociales () Medios de comunicación masiva (tv local, radio, prensa escrita) () Otros () ¿Cuáles? _____

3. Encuesta turistas extranjeros

This survey aims to determine the feasibility of implementing of touristic buses that look like trams in Guaranda city; the information that you are going to provide is confidential, and it will be used statistically.

1. **Gender:** M () F ()

2. **Age:**

3. **Origin:**

Country _____ Town _____

4. **Educational level**

School () College () University () Mastery ()

5. **Occupation**

Businessman () Merchant () Student () Public employee () Private employee () other () which? _____

6. **How many times do you travel?**

Once a year () Twice a year () Three times a year () More than three times ()

7. **How many do you spend on your travels?**

Between \$50 and \$100 () between \$100 and \$150 () between \$150 and \$200 () More than \$200 ()

8. **How do you make your payments?**

Cash () Credit card () other () which? _____

9. **Would you like to do city tours on buses that look like trams, during your stay in Guaranda?**

Yes () No ()

If your answer was affirmative, please continue, if was not thanks for your time

10. **Would you like to do city tours in Guaranda with a tour guide?**

Yes () No ()

If your answer was affirmative, please continue, if was not answer the question number 12

11. **What would you like to know about Guaranda?**

Legends () Gastronomy () Festivities () History of the town () Heritage (architecture) () Economic development () Natural resources (hills, lakes, etc.) () others () which?

12. Which places would you like to visit?

Churches and museums () Parks () Parish of Salinas () Natural resources (hills, lakes, etc.) () Historical center () All previous () others () which? _____

13. Which additional services would you like to include in this city tour?

Buying souvenirs () Coffee break () Booking of a hotel to stay () Information of the city (hotels, restaurants, places to having fun, etc.) () others () which? _____

14. How many do you want to spend for this city tour?

\$6, 00 to \$10, 00 () \$11, 00 to \$15, 00 () \$16, 00 to \$20, 00 () Other () how much?

15. Which way of pay for this tour would you prefer?

Cash () Credit card () Check () others () which? _____

16. How much time do you have for doing this city tour?

30 minutes () 1 hour () 2 hours () More than 2 hours () other () how much?

17. Would you like to do this city tour through?

Monday to Friday () Weekends ()

18. Where would you like to buy this tour?

Web page () Bus service office () others () which? _____

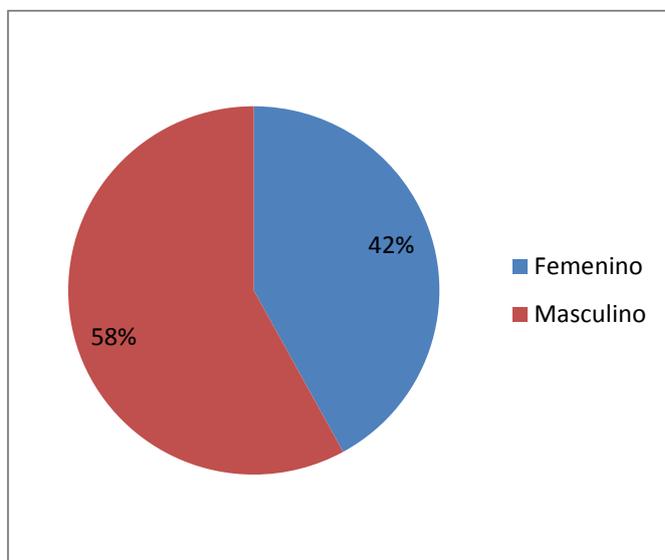
19. How do you want to be informed of this tour?

Web page () information leaflets () Local tv () Newspaper () Radio () others ()
¿Which? _____

B. TABULACIÓN DE ENCUESTAS

1. Población económicamente activa de Guaranda

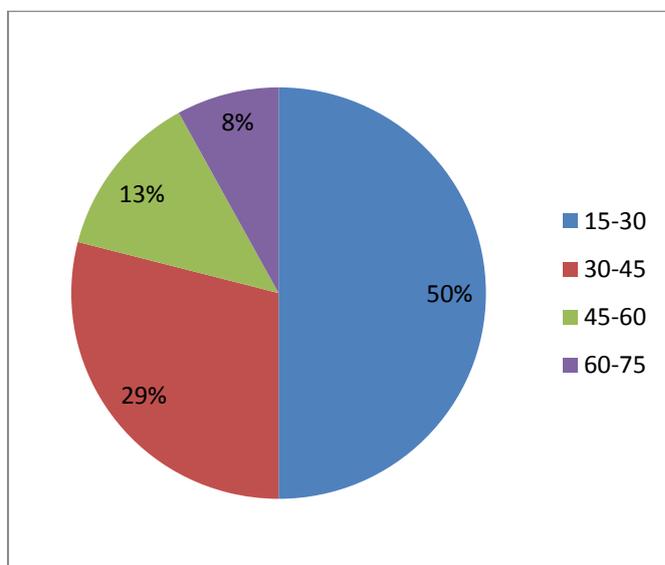
a. Gráfico 27. Género de la Población económicamente activa de Guaranda



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

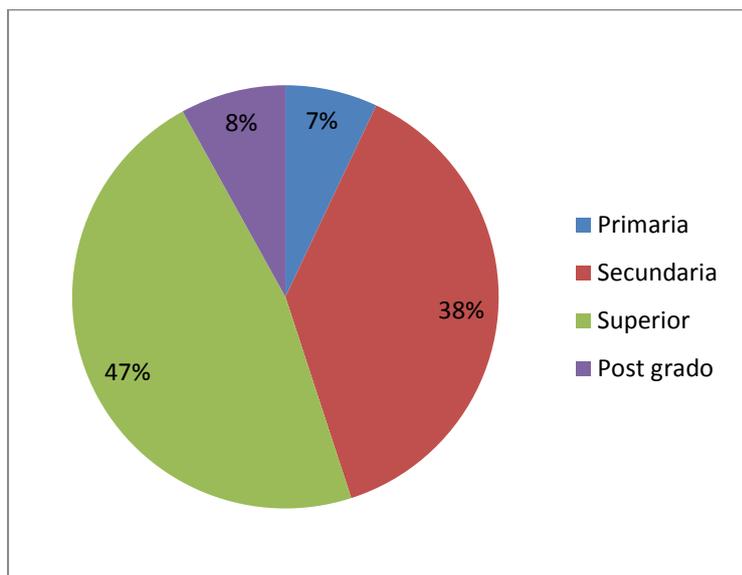
b. Gráfico 28. Edad de la Población económicamente activa de Guaranda



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

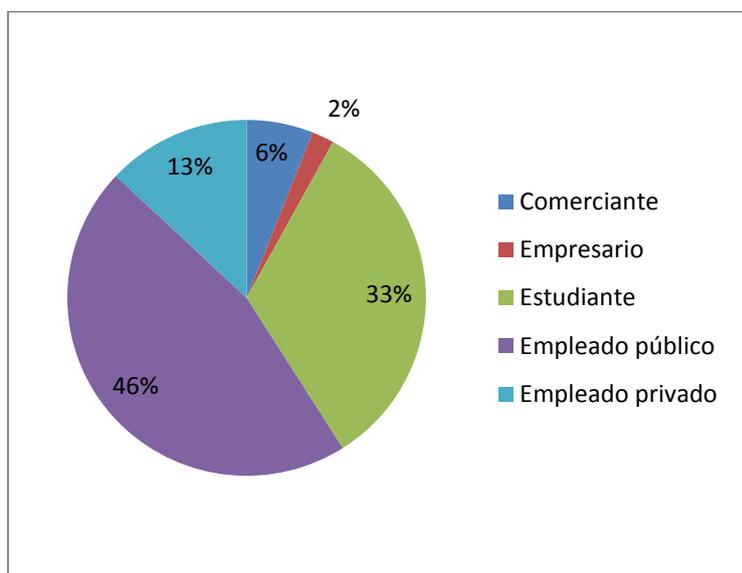
c. Gráfico 29. Nivel de educación de la Población económicamente activa de Guaranda



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

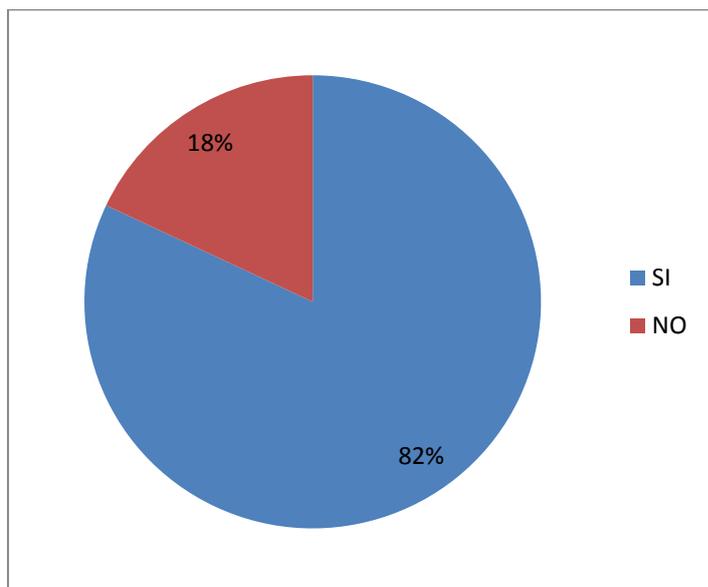
d. Gráfico 30. Ocupación de la Población económicamente activa de Guaranda



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

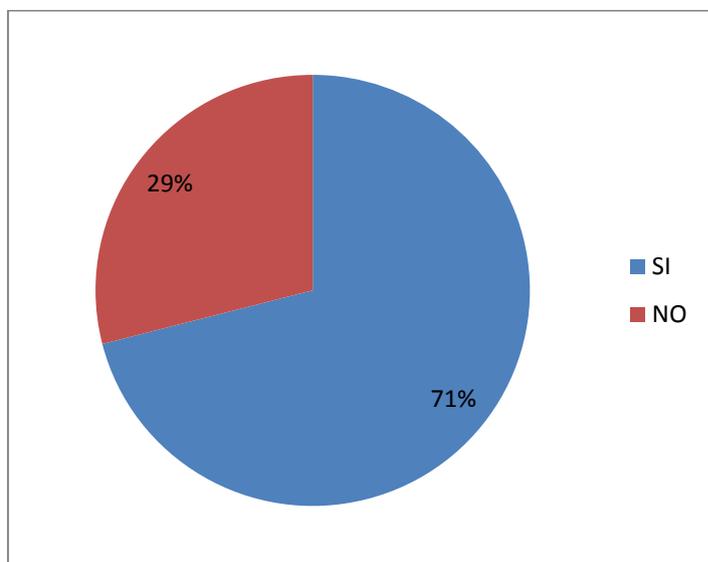
e. Gráfico 31. Aceptación al proyecto por parte de la Población económicamente activa de Guaranda



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

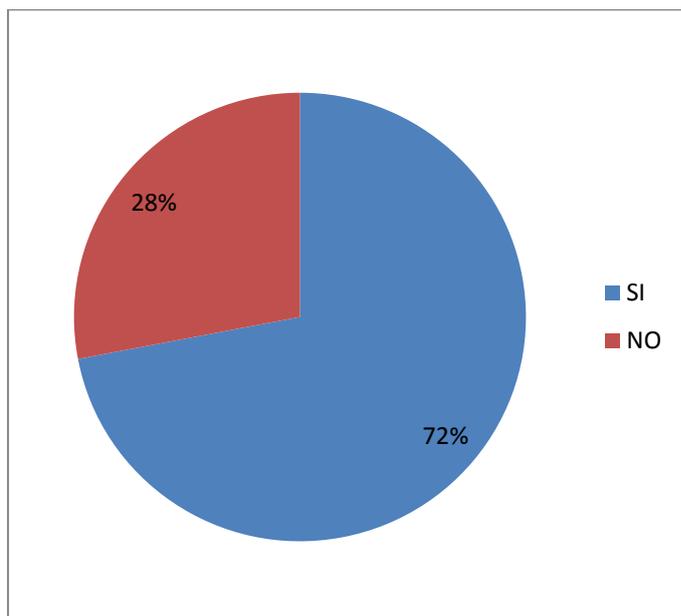
f. Gráfico 32. Movilización cotidiana de la Población económicamente activa de Guaranda



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

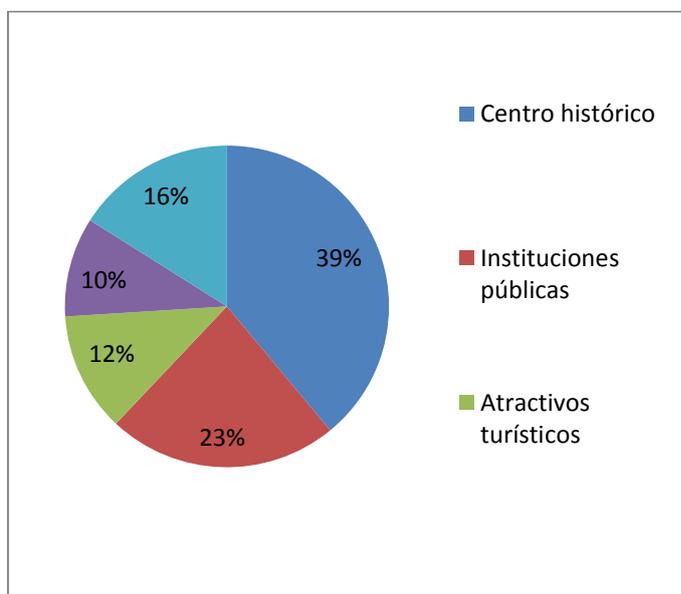
g. Gráfico 33. Movilización con fines recreativos de la Población económicamente activa de Guaranda



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

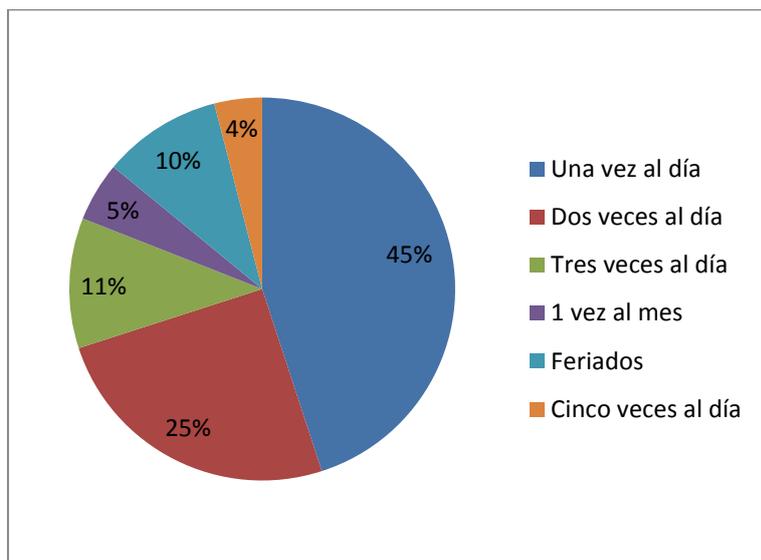
h. Gráfico 34. Lugares a visitar que prefiere la Población económicamente activa de Guaranda



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

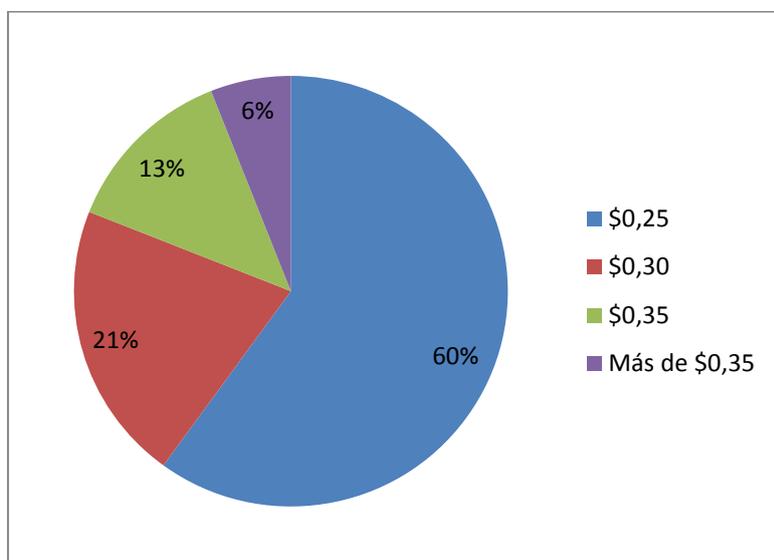
i. Gráfico 35. Frecuencia del recorrido que ha escogido la Población económicamente activa de Guaranda



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

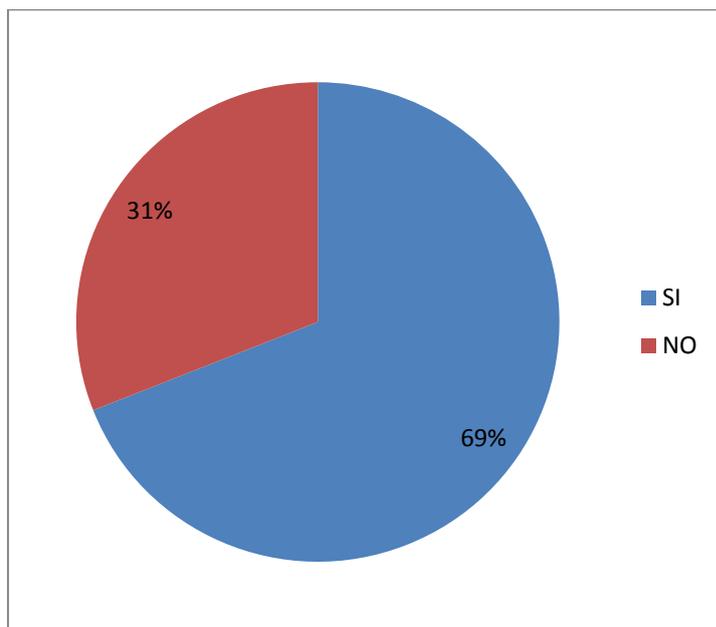
j. Gráfico 36. Precio a pagar que prefiere la Población económicamente activa de Guaranda



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

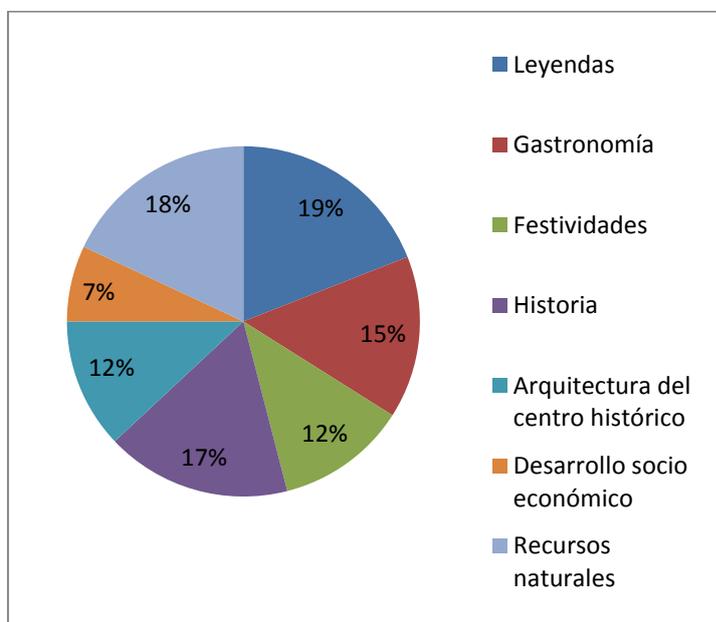
k. Gráfico 37. Aceptación de guianza por parte de la Población económicamente activa de Guaranda



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

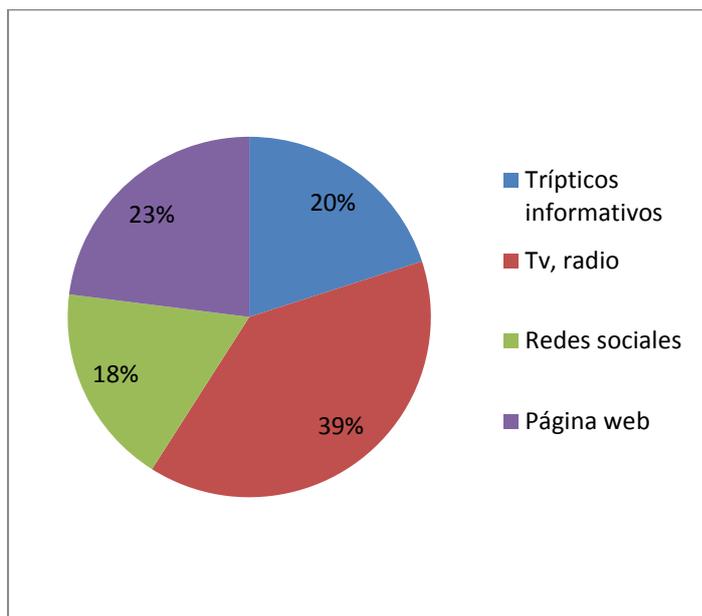
l. Gráfico 38. Tópicos de guianza que la Población económicamente activa de Guaranda escoge



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

m. **Gráfico 39. Medios de información que la Población económicamente activa de Guaranda utiliza**

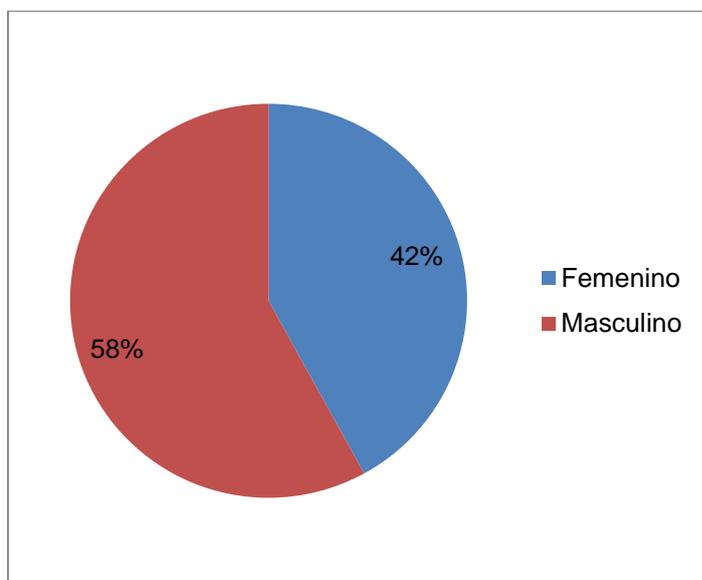


Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

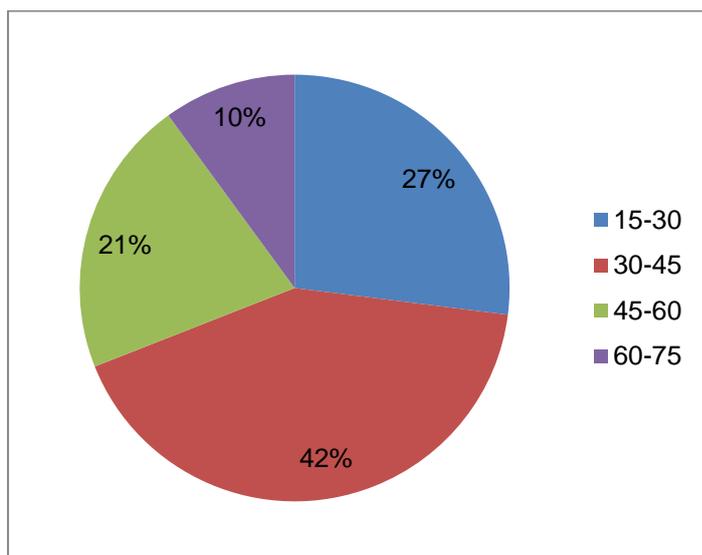
2. **Turistas nacionales**

a. **Gráfico 40. Género de los turistas nacionales**



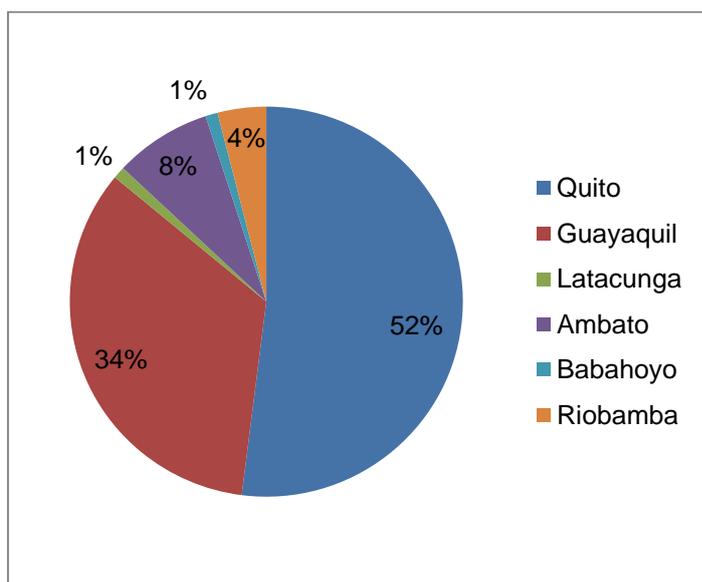
Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

b. Gráfico 41. Edad de los turistas nacionales

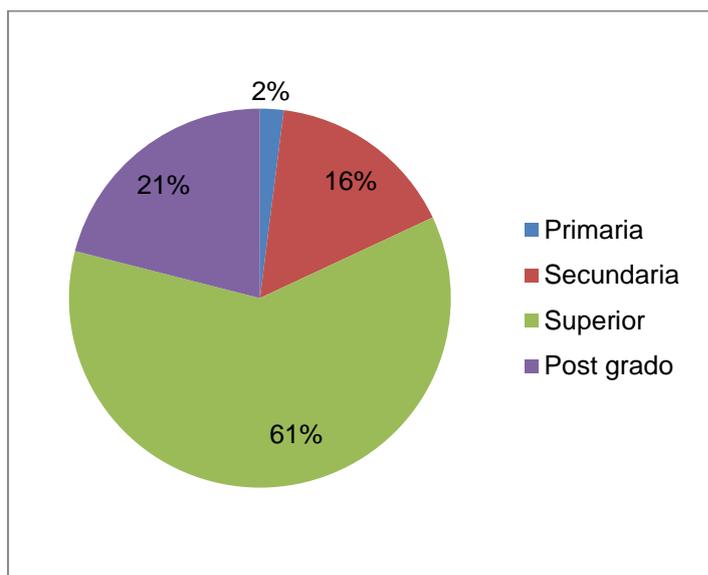
Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

c. Gráfico 42. Procedencia de los turistas nacionales

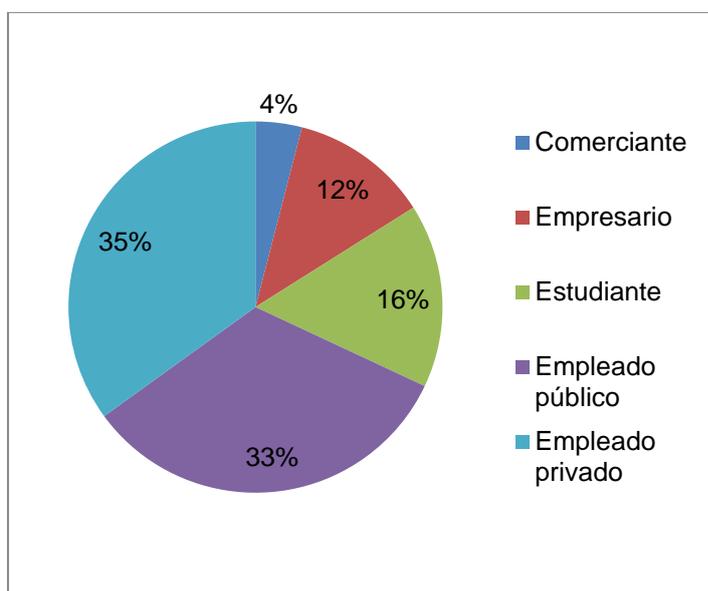
Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

d. Gráfico 43. Nivel de educación de los turistas nacionales

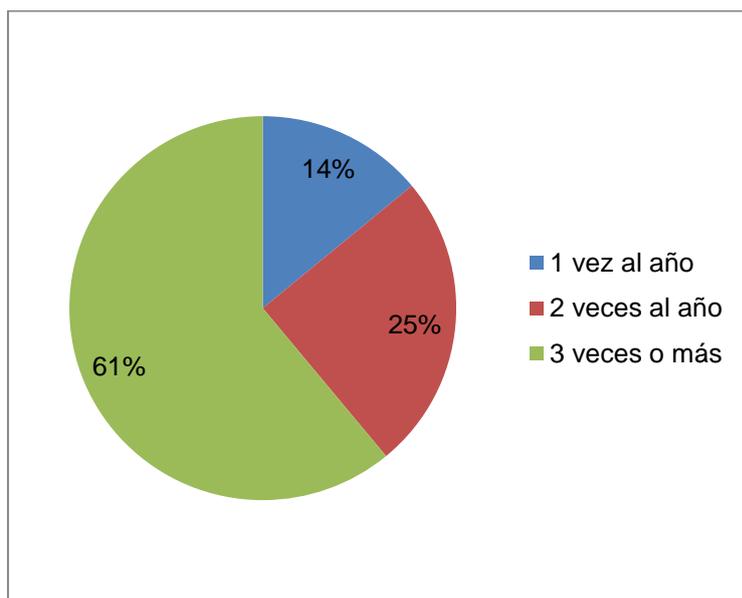
Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

e. Gráfico 44. Ocupación de los turistas nacionales

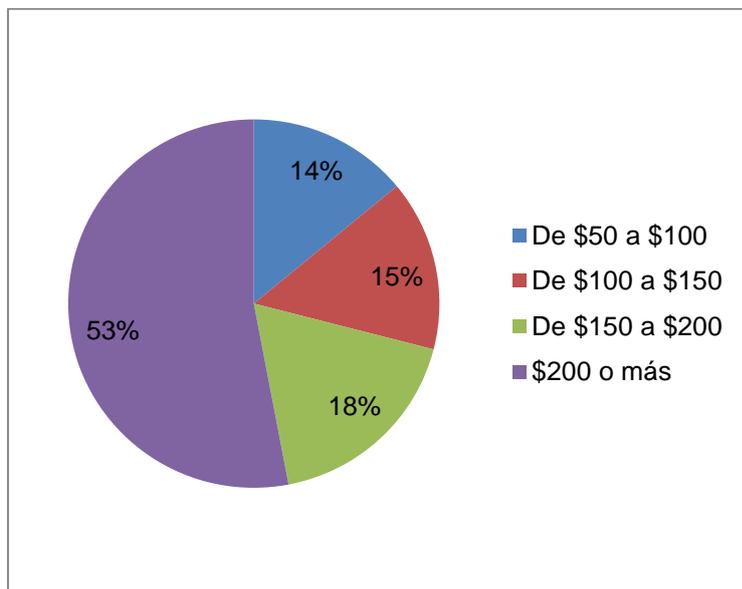
Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

f. Gráfico 45. Frecuencia de viaje de los turistas nacionales

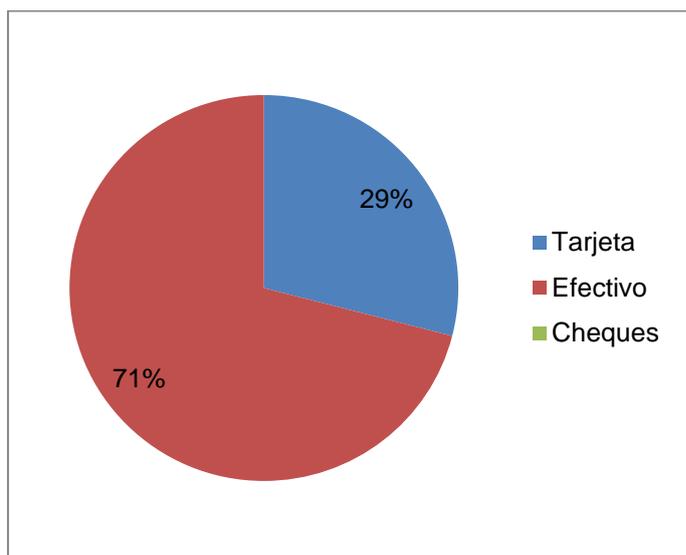
Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

g. Gráfico 46. Gasto por viaje de los turistas nacionales

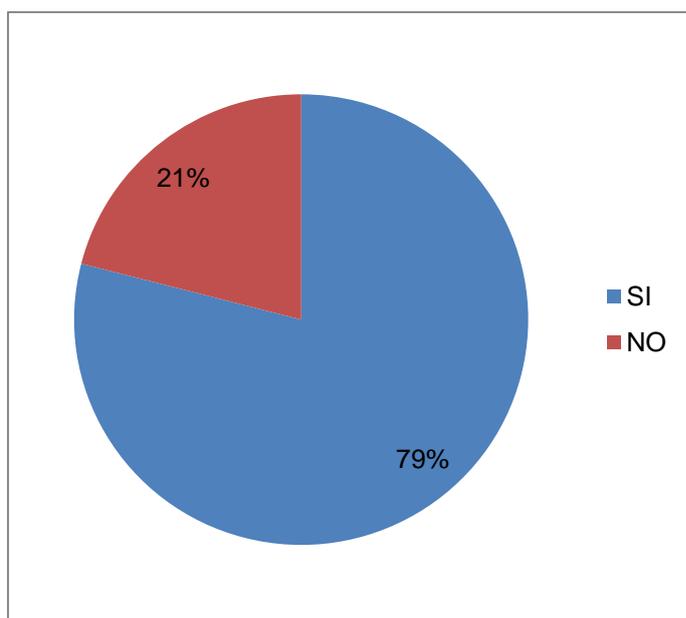
Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

h. Gráfico 47. Forma de pago de los turistas nacionales

Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

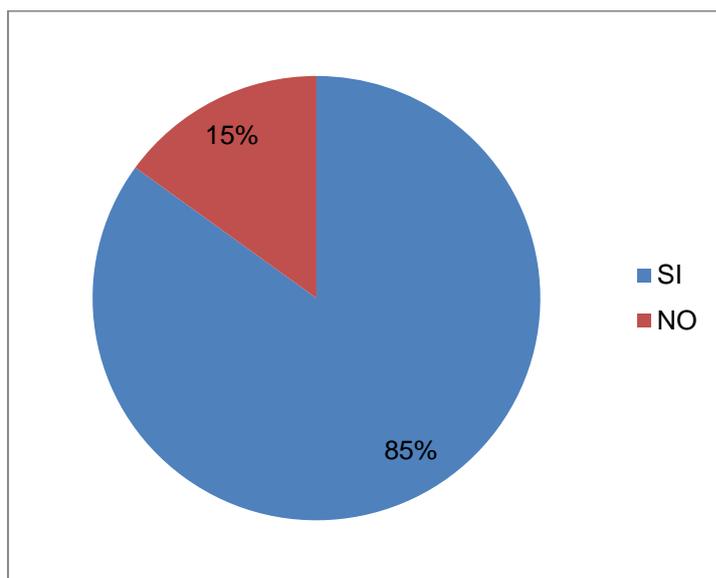
Elaborado por. María Alicia Noboa.

i. Gráfico 48. Aceptación al proyecto por los turistas nacionales

Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

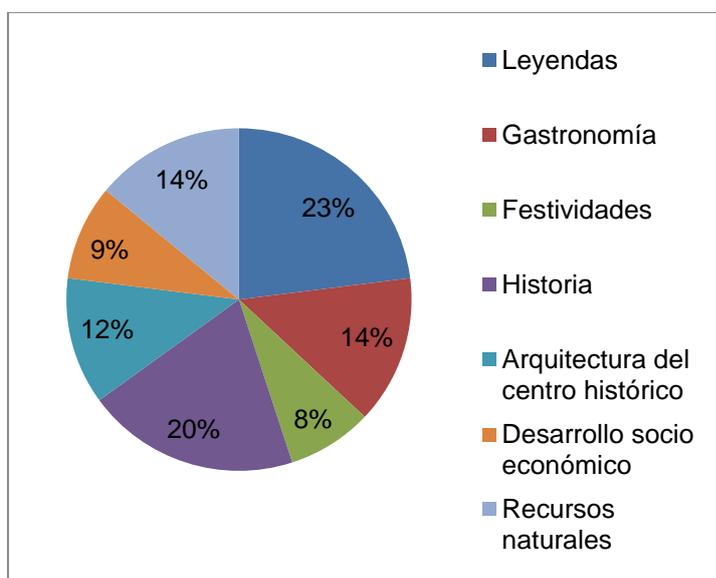
j. **Gráfico 49. Aceptación de guianza por los turistas nacionales**



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

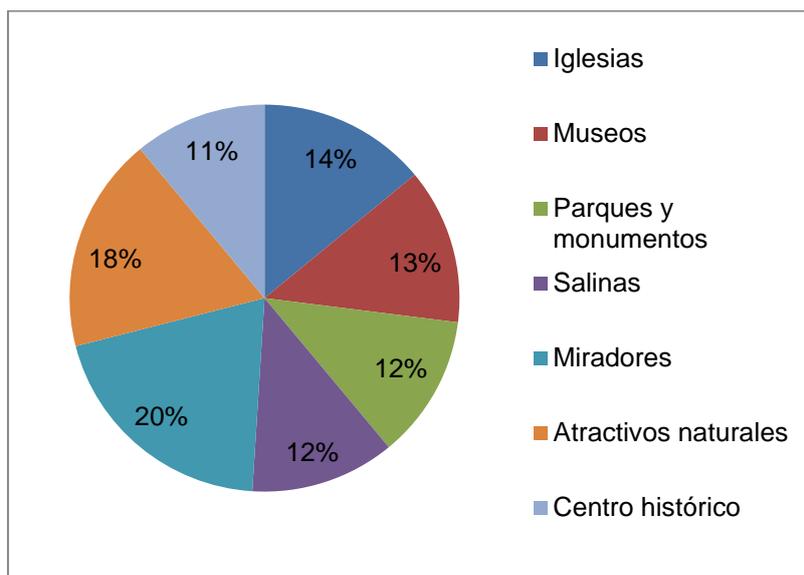
k. **Gráfico 50. Tópicos de guianza que prefieren los turistas nacionales**



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

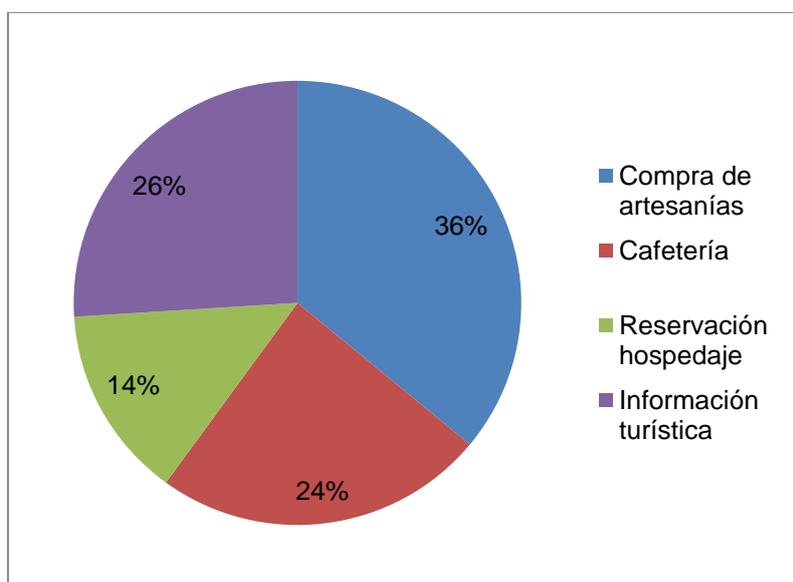
I. **Gráfico 51. Lugares a visitar por los turistas nacionales**



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

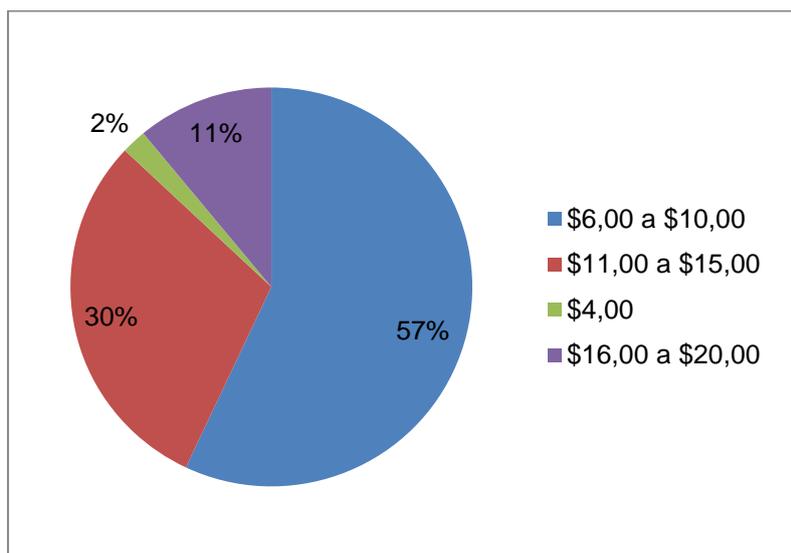
m. **Gráfico 52. Servicios adicionales que prefieren los turistas nacionales**



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

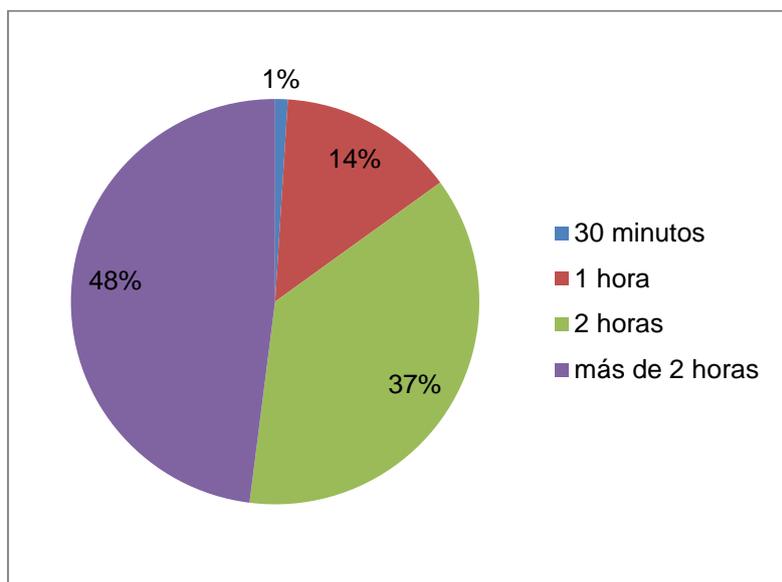
n. **Gráfico 53. Precio a pagar por los turistas nacionales**



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

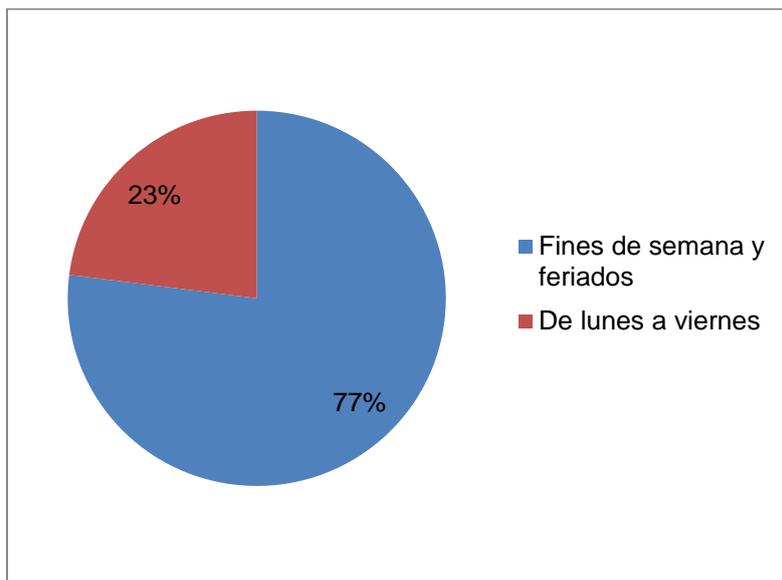
o. **Gráfico 54. Tiempo disponible para el recorrido de los turistas nacionales**



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

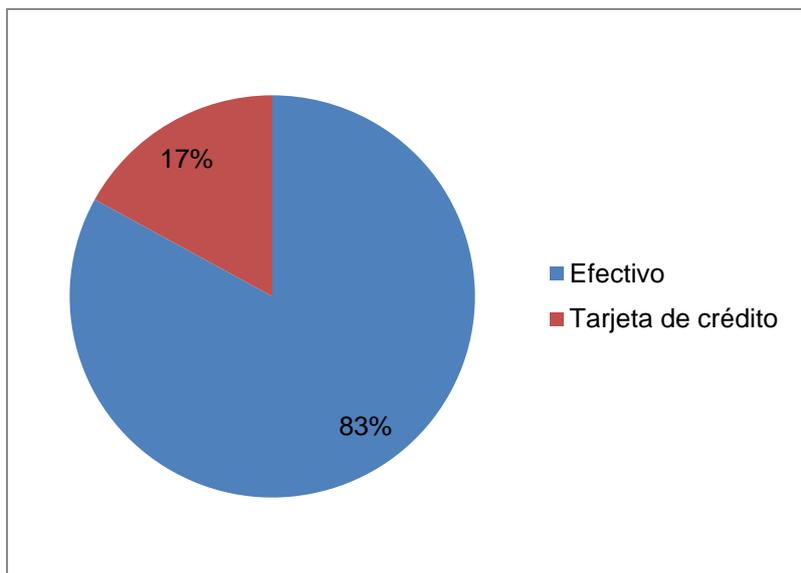
p. **Gráfico 55. Frecuencia del recorrido de los turistas nacionales**



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

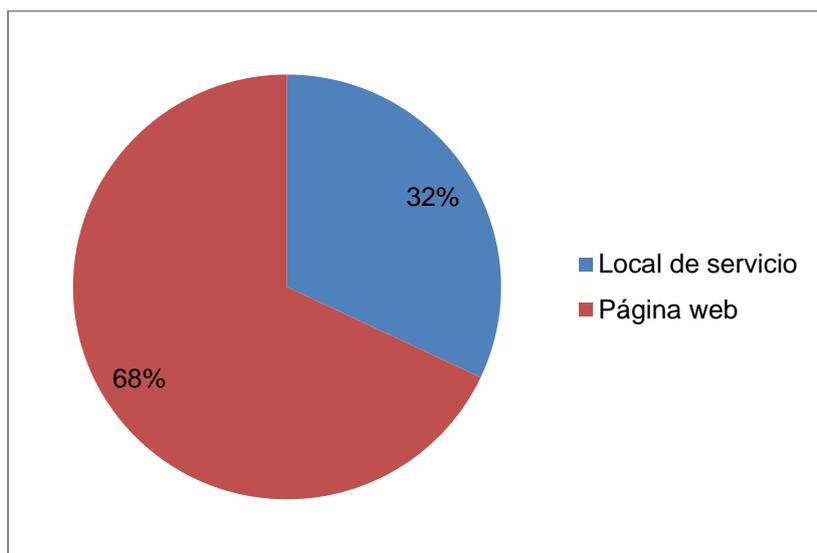
q. **Gráfico 56. Forma de pago de los turistas nacionales**



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

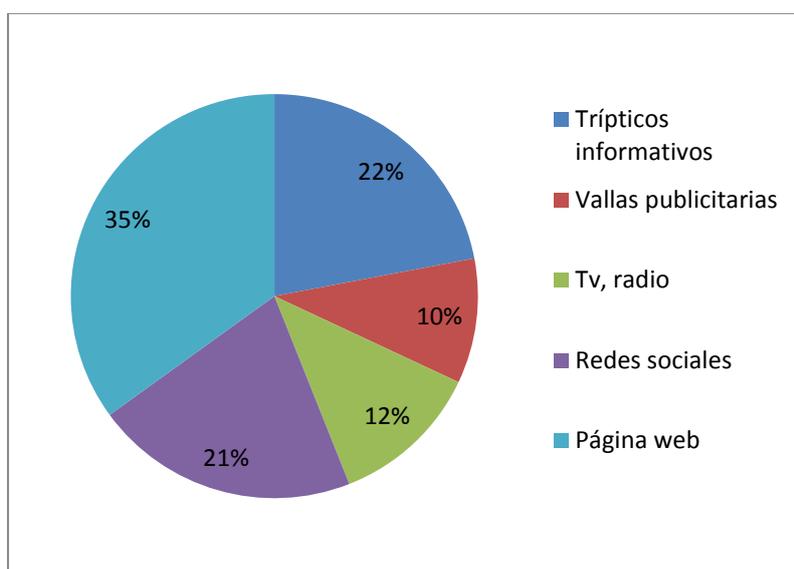
r. **Gráfico 57. Lugar de compra de los turistas nacionales**



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

s. **Gráfico 58. Medios de información que prefieren los turistas nacionales**

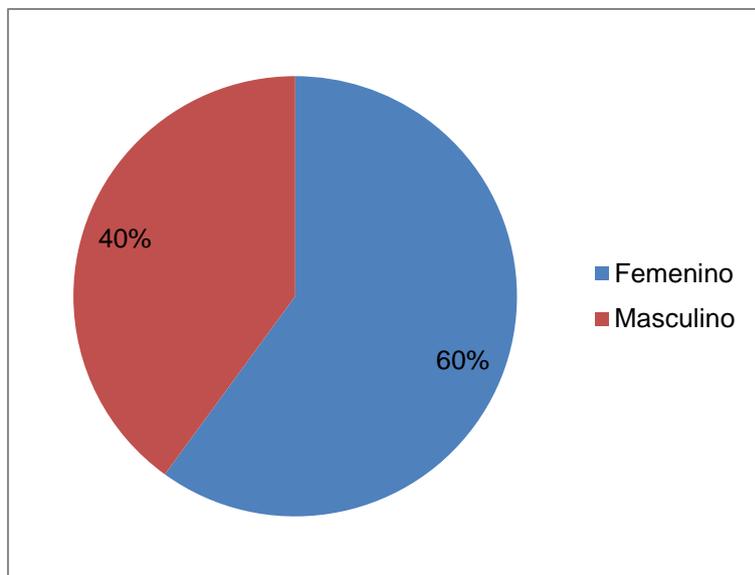


Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

3. Turistas extranjeros

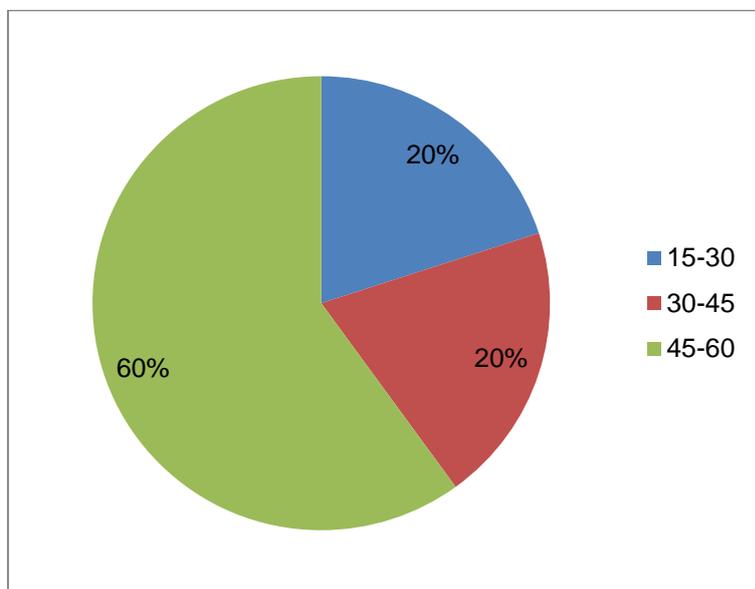
a. Gráfico 59. Género de los turistas extranjeros



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

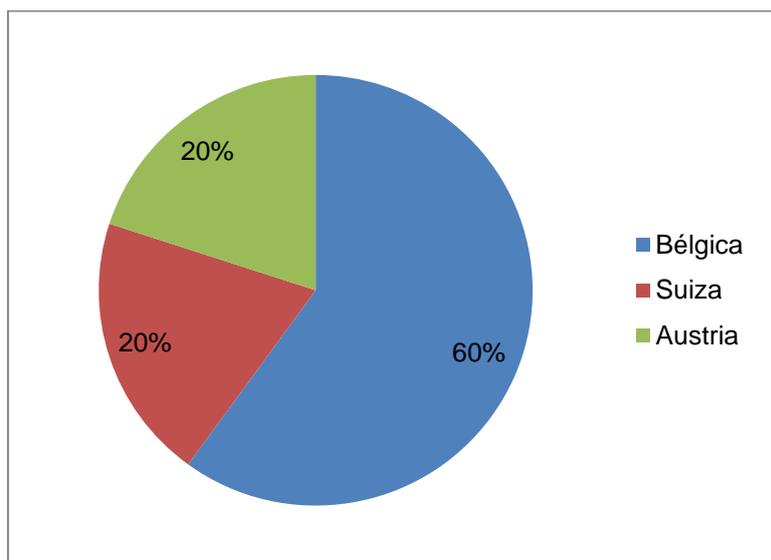
b. Gráfico 60. Edad de los turistas extranjeros



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

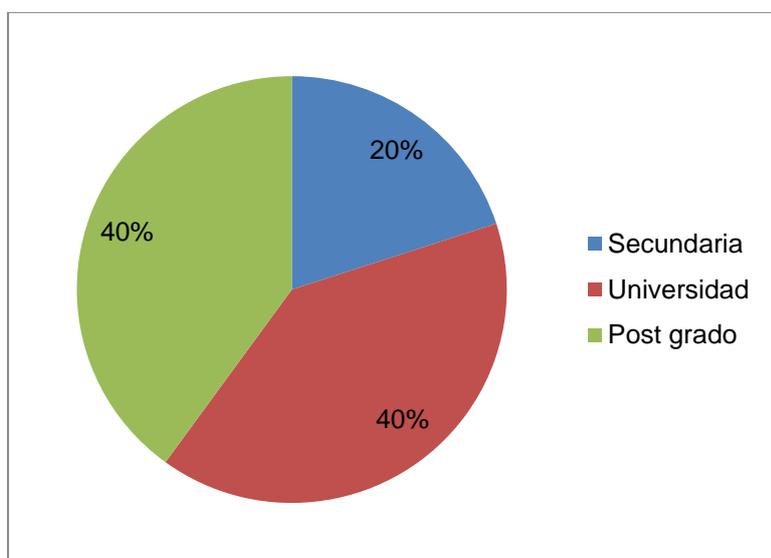
c. Gráfico 61. Procedencia de los turistas extranjeros



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

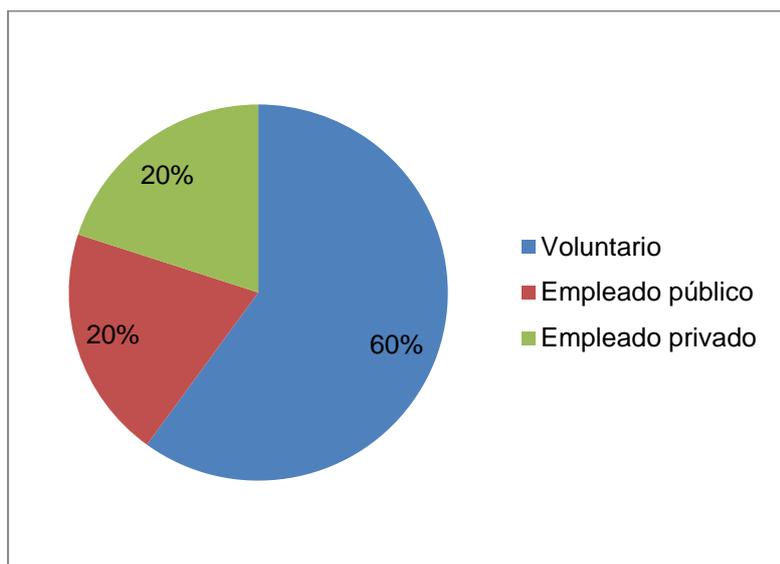
d. Gráfico 62. Nivel de educación de los turistas extranjeros



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

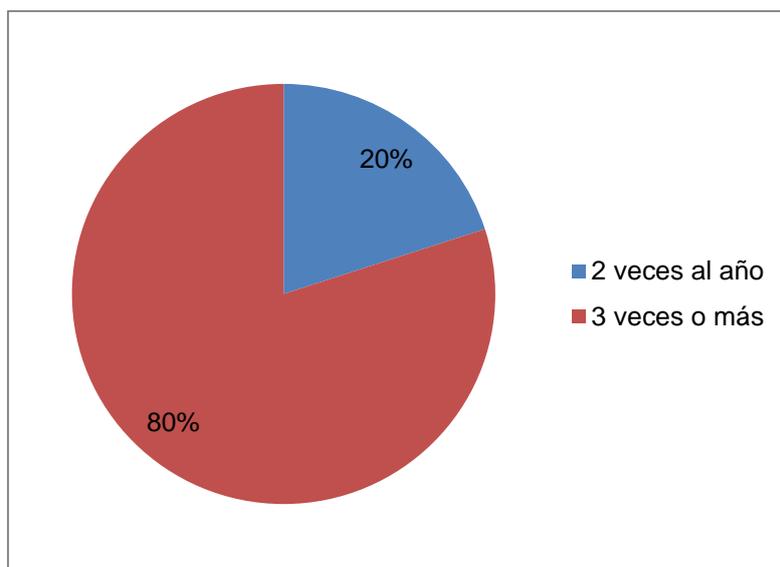
e. **Gráfico 63. Ocupación de los turistas extranjeros**



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

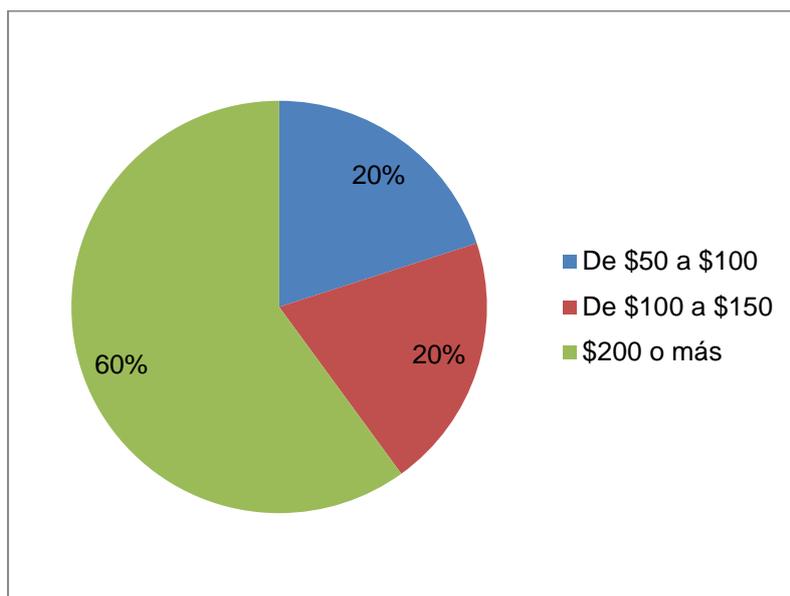
f. **Gráfico 64. Frecuencia de viaje de los turistas extranjeros**



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

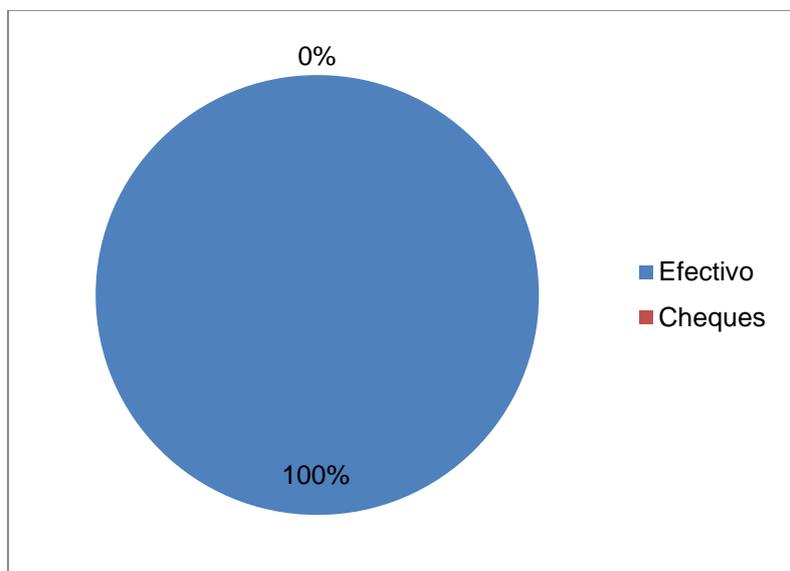
g. Gráfico 65. Gasto por viaje de los turistas extranjeros



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

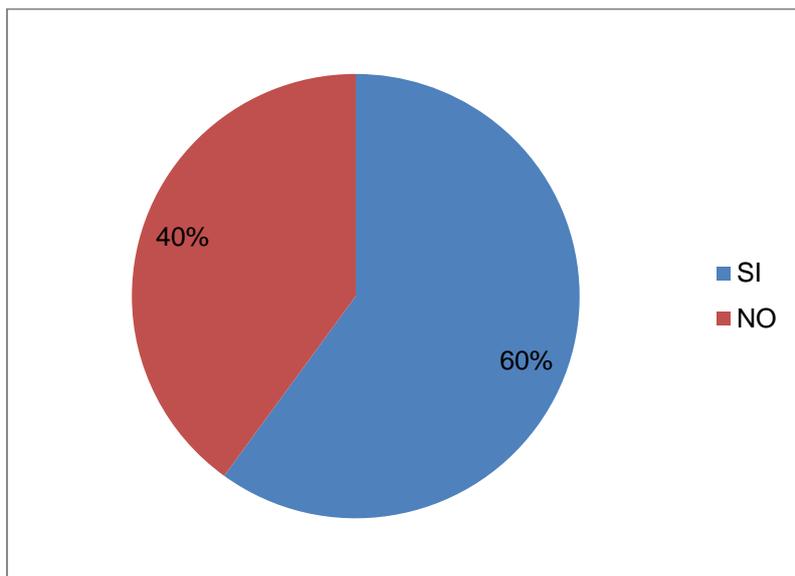
h. Gráfico 66. Forma de pago de los turistas extranjeros



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

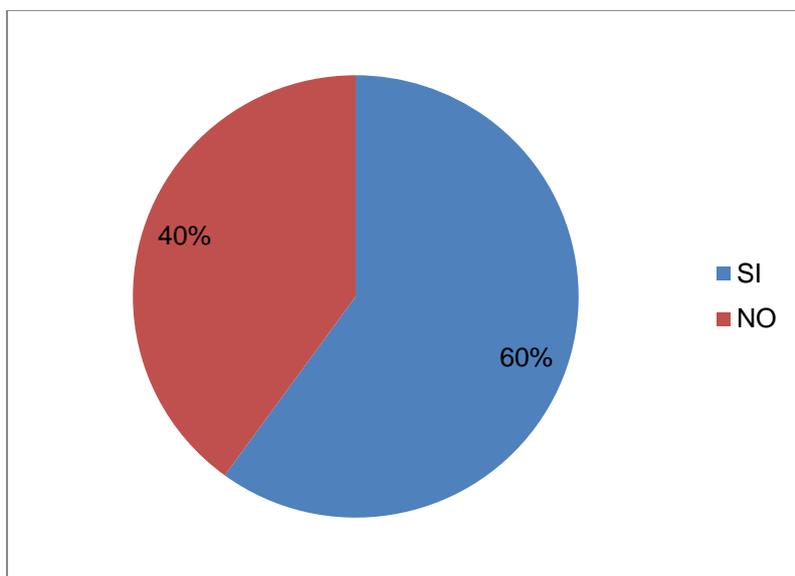
i. **Gráfico 67. Aceptación al proyecto por los turistas extranjeros**



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

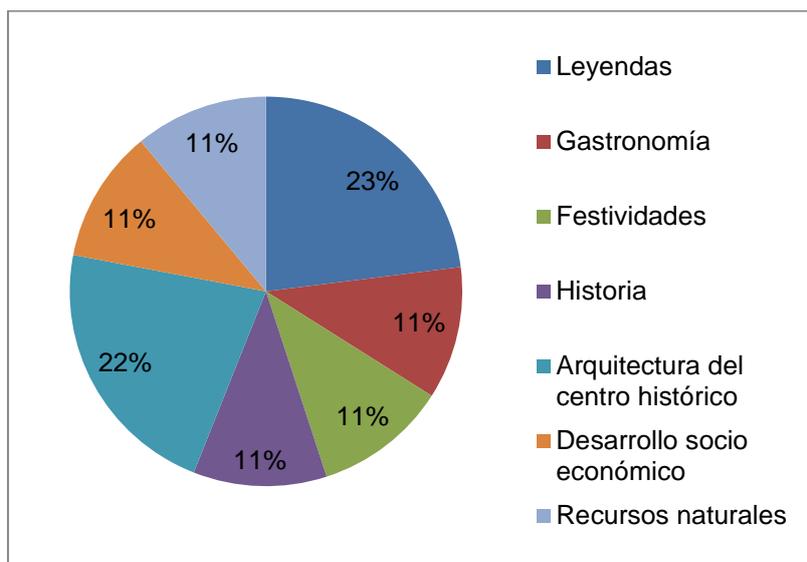
j. **Gráfico 68. Aceptación de guianza por los turistas extranjeros**



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

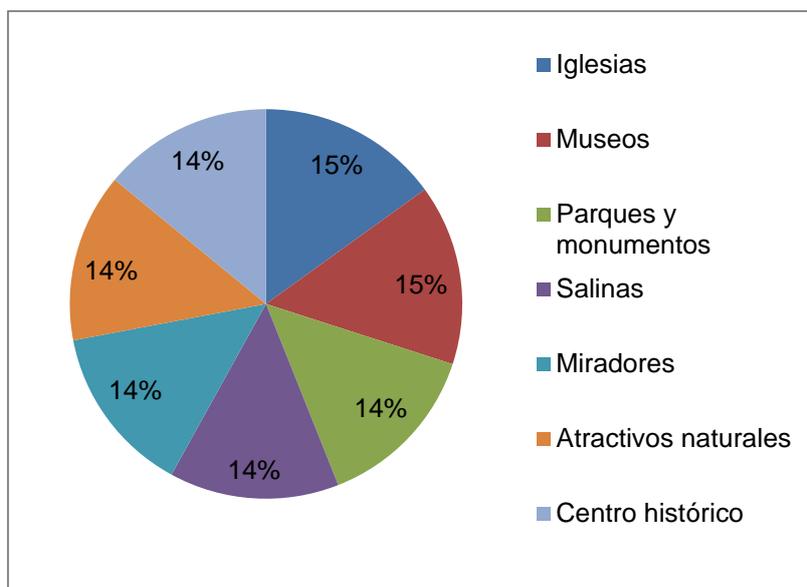
k. Gráfico 69. Tópicos de guianza que prefieren los turistas extranjeros



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

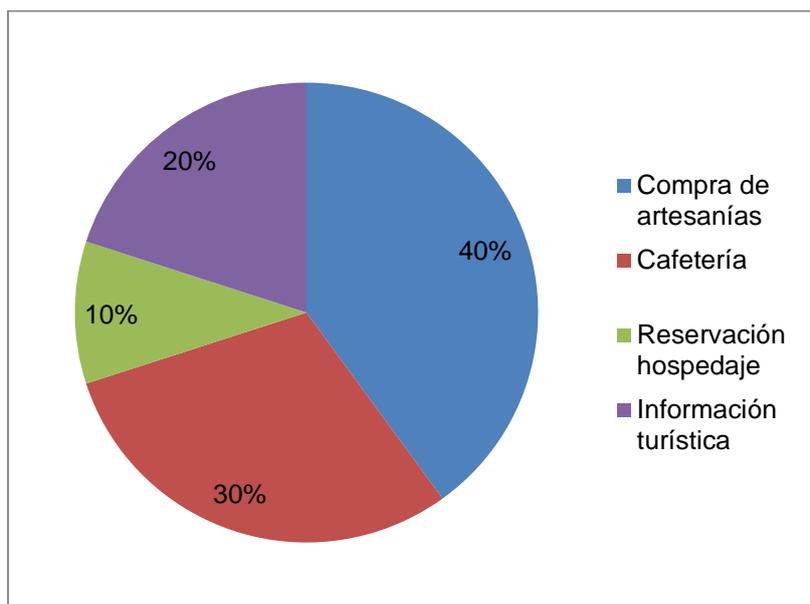
l. Gráfico 70. Lugares a visitar por los turistas extranjeros



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

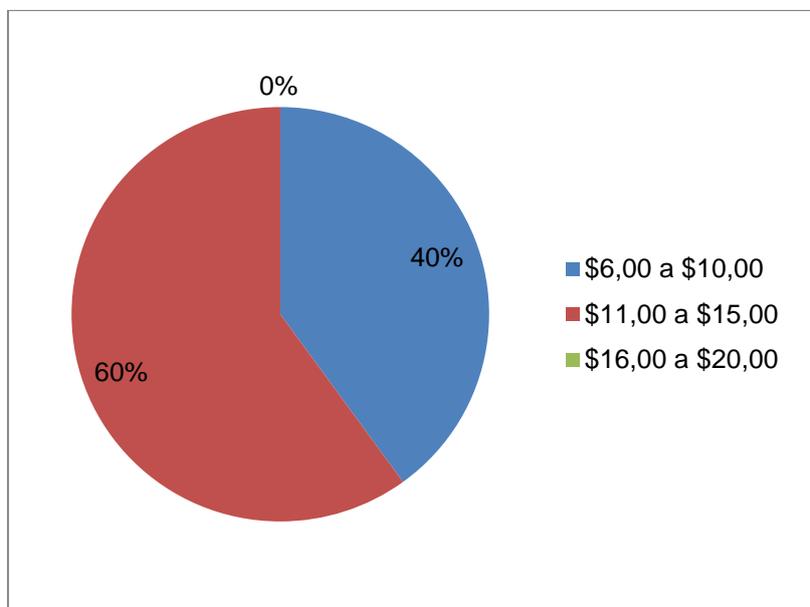
m. **Gráfico 71. Servicios adicionales que prefieren los turistas extranjeros**



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

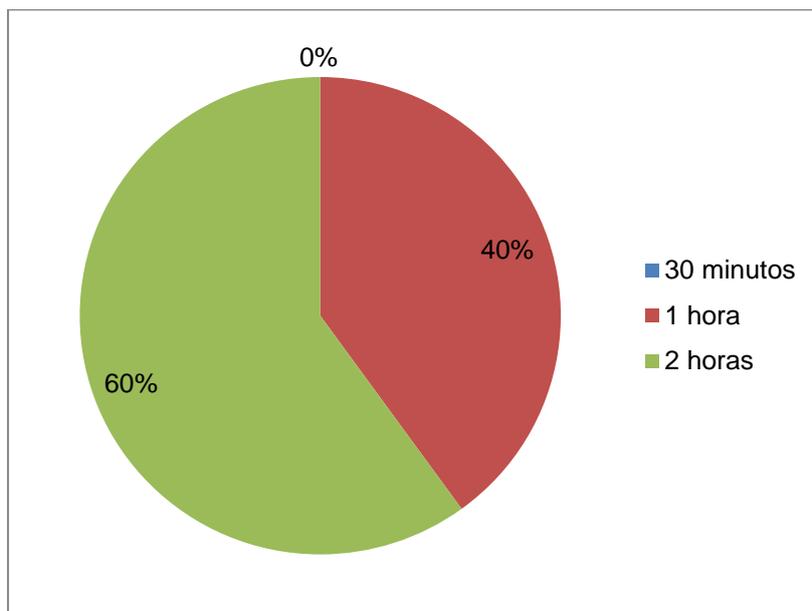
n. **Gráfico 72. Precio a pagar por los turistas extranjeros**



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

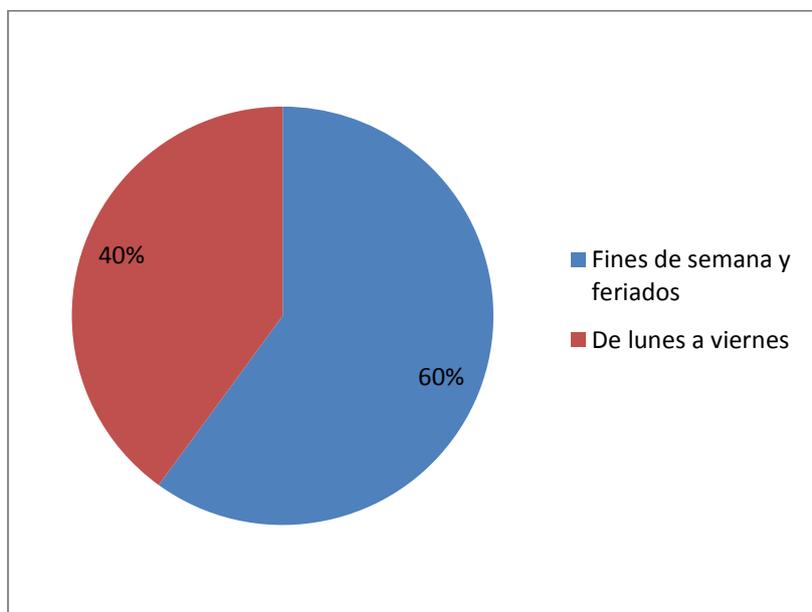
o. Gráfico 73. Tiempo disponible para el recorrido de los turistas extranjeros



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

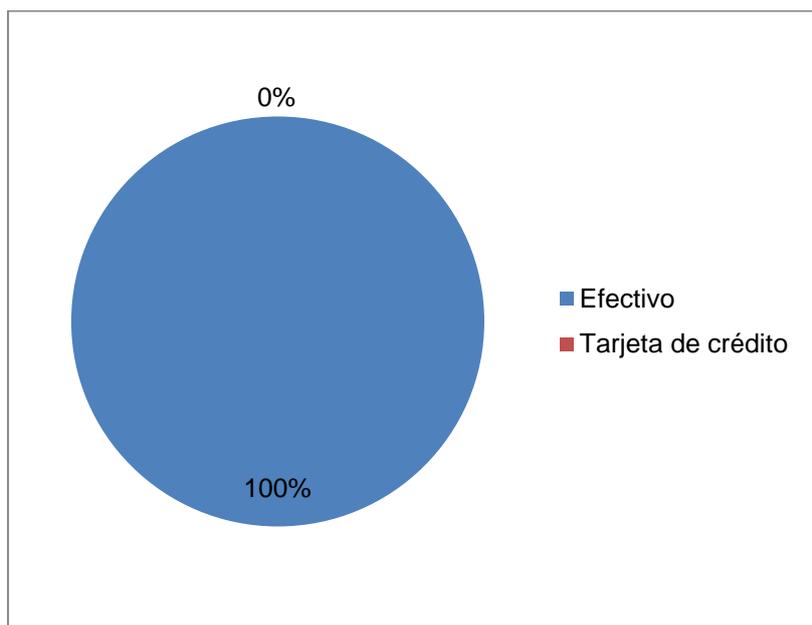
p. Gráfico 74. Frecuencia del recorrido de los turistas extranjeros



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

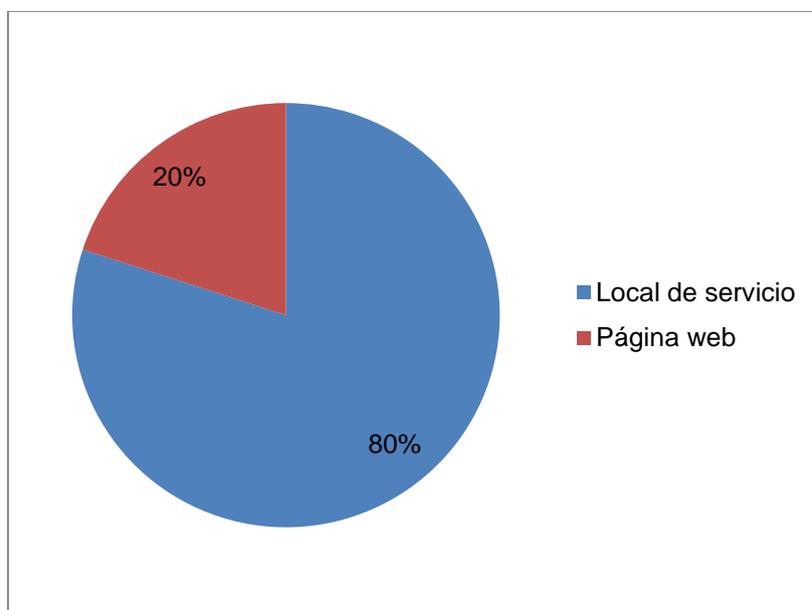
q. **Gráfico 75. Forma de pago de los turistas extranjeros**



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

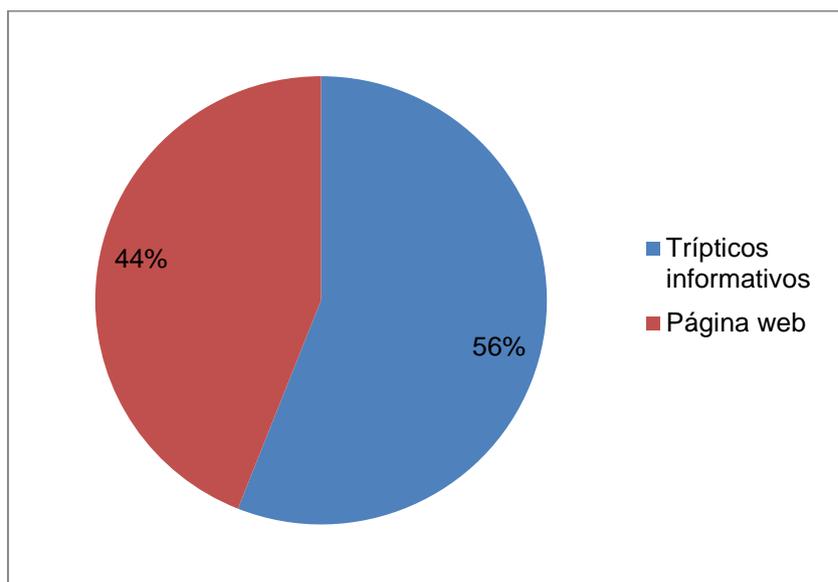
r. **Gráfico 76. Lugar de compra de los turistas extranjeros**



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

s. **Gráfico 77. Medios de información que prefieren los turistas extranjeros**



Fuente. Encuestas aplicadas para el estudio de mercado, 2015

Elaborado por. María Alicia Noboa.

C. COSTOS DE LOS CIRCUITOS

Cuadro 117. Costo Circuito de las Iglesias

	5 a 10 pax	10 a 15 pax	15 pax o más
Costos generales			
Transporte	\$6,00	\$3,00	\$2,00
Guianza	\$8,00	\$4,00	\$3,00
	\$14,00	\$7,00	\$5,00
Costos individuales			
Ingreso museo	\$1,00	\$1,00	\$1,00
COSTOS TOTALES	\$13,00	\$6,00	\$4,00
Gastos			
Administrativos 10%	\$1,30	\$0,60	\$0,40
Depreciación 5%	\$0,65	\$0,30	\$0,20
GASTOS TOTALES	\$1,95	\$0,90	\$0,60
PRECIO AL COSTO (costos + gastos)	\$14,95	\$6,90	\$4,60
MARGEN DE RANGO Utilidad 15%	\$2,64	\$1,22	\$0,81
PRECIO NETO	\$17,59	\$8,12	\$5,41
PRECIO GROSS 10%	\$1,75	\$0,81	\$0,54
PRECIO TOTAL	\$19,34	\$8,93	\$5,95

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.

Cuadro 118. Costo Circuito Centro histórico

	5 a 10 pax	10 a 15 pax	15 pax o más
Costos generales			
Transporte	\$4,00	\$2,00	\$1,30
Guianza	\$6,00	\$3,00	\$2,00
	\$10,00	\$5,00	\$3,3
Costos individuales			
Ingreso museo	\$1,00	\$1,00	\$1,00
COSTOS TOTALES	\$9,00	\$4,00	\$2,30
Gastos			
Administrativos 10%	\$1,10	\$0,50	\$0,30
Depreciación 5%	\$0,55	\$0,25	\$0,15
GASTOS TOTALES	\$1,65	\$0,75	\$0,45
PRECIO AL COSTO (costos + gastos)	\$10,65	\$4,75	\$2,75
MARGEN DE RANGO Utilidad 15%	\$1,88	\$0,84	\$0,49
PRECIO NETO	\$12,53	\$5,59	\$3,24
PRECIO GROSS 10%	\$1,25	\$0,56	\$0,32
PRECIO TOTAL	\$13,78	\$6,15	\$3,56

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.

Cuadro 119. Costo Circuito Ángel Polibio Chávez

	5 a 10 pax	10 a 15 pax	15 pax o más
Costos generales			
Transporte	\$4,00	\$2,00	\$1,3
Guianza	\$6,00	\$3,00	\$2,00
	\$10,00	\$5,00	\$3,3
Costos individuales			
Ingreso museo	\$1,00	\$1,00	\$1,00
COSTOS TOTALES	\$9,00	\$4,00	\$2,3
Gastos			
Administrativos 10%	\$1,1	\$0,5	\$0,3
Depreciación 5%	\$0,55	\$0,25	\$0,15
GASTOS TOTALES	\$1,65	\$0,75	\$0,45
PRECIO AL COSTO (costos + gastos)	\$10,65	\$4,75	\$2,75
MARGEN DE RANGO Utilidad 15%	\$1,88	\$0,84	\$0,49
PRECIO NETO	\$12,53	\$5,59	\$3,24
PRECIO GROSS 10%	\$1,25	\$0,56	\$0,32
PRECIO TOTAL	\$13,78	\$6,15	\$3,56

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.

Cuadro 120. Costo Circuito Salinas

	5 a 10 pax	10 a 15 pax	15 pax o más
Costos generales			
Transporte	\$7,00	\$4,00	\$3,00
Suplemento chofer	\$4,00	\$2,00	\$2,00
Guianza	\$12,00	\$6,00	\$4,00
	\$23,00	\$12,00	\$9,00
Costos individuales			
Ingreso museo	\$1,00	\$1,00	\$1,00
Ingreso a microempresas	\$5,00	\$5,00	\$5,00
COSTOS TOTALES	\$6,00	\$6,00	\$6,00
Gastos			
Administrativos 10%	\$1,7	\$0,6	\$0,3
Depreciación 5%	\$0,85	\$0,30	\$0,15
GASTOS TOTALES	\$2,55	\$0,90	\$0,45
PRECIO AL COSTO (costos + gastos)	\$19,55	\$6,90	\$3,45
MARGEN DE RANGO Utilidad 15%	\$3,45	\$1,22	\$0,61
PRECIO NETO	\$23,00	\$8,12	\$4,06
PRECIO GROSS 10%	\$2,30	\$0,81	\$0,41
PRECIO TOTAL	\$25,30	\$8,93	\$4,46

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.

Cuadro 121. Costo Circuito Las Cochas

	5 a 10 pax	10 a 15 pax	15 pax o más
Costos generales			
Transporte	\$6,00	\$3,00	\$2,00
Guianza	\$8,00	\$4,00	\$3,00
	\$14,00	\$7,00	\$5,00
Costos individuales			
Ingreso museo	\$1,00	\$1,00	\$1,00
COSTOS TOTALES	\$13,00	\$6,00	\$4,00
Gastos			
Administrativos 10%	\$1,30	\$0,60	\$0,40
Depreciación 5%	\$0,65	\$0,30	\$0,20
GASTOS TOTALES	\$1,95	\$0,90	\$0,60
PRECIO AL COSTO (costos + gastos)	\$14,95	\$6,90	\$4,60
MARGEN DE RANGO Utilidad 15%	\$2,64	\$1,22	\$0,81
PRECIO NETO	\$17,59	\$8,12	\$5,41
PRECIO GROSS 10%	\$1,75	\$0,81	\$0,54
PRECIO TOTAL	\$19,34	\$8,93	\$5,95

Elaborado por. María Alicia Noboa, 2015.