



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

**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA**  
**LICÁN, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**  
**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA TITULACIÓN DE GRADO**

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

**GRANIZO GUEVARA JENNY PAOLA**

**RIOBAMBA- ECUADOR**

**2017**

**Derechos de Autor Copyright****©2016. Jenny Paola Granizo Guevara**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

## HOJA DE CERTIFICACIÓN

Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de proyectos técnicos empresariales: “DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA LICAN, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”, de responsabilidad de la señorita Jenny Paola Granizo Guevara, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

### TRIBUNAL TRABAJO DE TITULACIÓN

ING. JUAN CARLOS CARRASCO BAQUERO  
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Handwritten signature of Juan Carlos Carrasco Baquero in blue ink, with a dotted line underneath.

ING. SANDRA PATRICIA MIRANDA SALAZAR  
ASESOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Handwritten signature of Sandra Patricia Miranda Salazar in blue ink, with a dotted line underneath.

Riobamba, 2017

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

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

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

Riobamba agosto, 2017



Jenny Paola Granizo Guevara

Cédula de ciudadanía: 060466928-3

## **DEDICATORIA**

*El presente trabajo va dedicado con todo el amor del mundo para mi madre, por ser mi amiga y cómplice, gracias por ser padre y madre para mí y por el apoyo incondicional que me brindaste, para mis hijos Gabriela Sarahí y Gabriel Alejandro haberse convertido en el motor de mi vida, a Gabriel gracias por tu amor y comprensión, a mis hermanas Verónica, Jessica y Valeria por nunca dejarme sola en este largo camino las amo con mi vida, a la familia Arias Orellana por ser mi segunda familia y por apoyarme a que termine con éxitos mi carrera, a mis amigas Lissette y Verónica por estar conmigo siempre.*

## **EN MEMORIA DE:**

*Mi gran amiga Diana Ivonne Taipe Castillo, porque compartimos una misma meta, un mismo sueño, hoy yo lo cumplo aquí en la tierra, seguramente tú lo cumpliste allá en el cielo, siempre te llevaré en lo más profundo de mi corazón, que Dios te tenga en su santa Gloria.*

## **AGRADECIMIENTO**

*A Dios y a la Virgen Santísima, por haberme dado la vida y la salud para poder culminar uno de mis más grandes metas, gracias por guiar mi camino y llenarme de fe en los momentos más difíciles y por no haber permitido que decaiga en mi intento de conseguir mi título profesional.*

*A mi madre y hermanas por todo el amor y apoyo brindado, gracias por ser mi pilar fundamental, y demostrarme que a pesar de las dificultades que se presentan en la vida se puede salir adelante y ser cada día mejor.*

*A mi compañero de vida, Gabriel, por el amor y paciencia que cada día demuestras, a la Familia Arias Orellana por ser mi familia, no de sangre, pero sí de corazón y yo sé y estoy segura que lo que hacen lo hacen con toda la voluntad del mundo.*

*A la Facultad de Recursos Naturales, a la Escuela de Ing. en Ecoturismo, por abrirme las puertas para conseguir mi tan anhelado sueño, gracias por formar día a día seres humanos y profesionales con valores y principios.*

*Al Ing. Juan Carlos Carrasco por su guía y ayuda, a la Ing. Sandra Miranda por el tiempo brindado en la revisión del presente trabajo.*

*A todos y cada uno de Uds. Un Dios les pague desde lo más profundo de mi corazón, y que Él les bendiga con el triple de lo que Uds. me dieron.*

**Paola Granizo**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>I. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA LICÁN, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO. ....</b>	<b>1</b>
II. INTRODUCCIÓN.....	1
A. JUSTIFICACIÓN.....	2
B. OBJETIVOS.....	3
1. Objetivo general.....	3
2. Objetivos específicos.....	3
C. HIPÓTESIS .....	3
<b>III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>4</b>
A. DEFINICIÓN DE TURISMO.....	4
B. PRODUCTO TURÍSTICO.....	6
C. CENTRO DE INTERPRETACIÓN CULTURAL .....	7
D. MEDIOS DE INTERPRETACIÓN .....	9
F. ACTUALIZACIÓN DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	16
<b>IV. MATERIALES Y MÉTODOS.....</b>	<b>4</b>
A. CARACTERIZACIÓN DE LA PARROQUIA LICAN .....	4
2. MATERIALES Y EQUIPOS.....	32
3. METODOLOGÍA .....	32
<b>V. RESULTADOS .....</b>	<b>44</b>
1.- Diagnostico de la parroquia Licán .....	44
<b>B. ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	<b>76</b>
1. Análisis de la oferta.....	76
2. Análisis de la demanda.....	81
3. Perfil del turista extranjero.....	95
D. ESTUDIO TÉCNICO PRODUCTIVO.....	100
1) Diseño y adecuación del centro de interpretación. ....	117
f. Medios de interpretación.....	122

<b>E. ESTUDIO AMBIENTAL</b> .....	<b>152</b>
1. Matriz de evaluación de impactos: Lázaro Lagos .....	154
<b>F. ESTUDIO ADMINISTRATIVO- LEGAL</b> .....	<b>157</b>
<b>G. ESTUDIO Y ANÁLISIS ECONÓMICO</b> .....	<b>166</b>
<b>VI. CONCLUSIONES</b> .....	<b>172</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES</b> .....	<b>174</b>
<b>VIII. RESUMEN</b> .....	<b>175</b>
<b>IX. SUMMARY</b> .....	<b>176</b>
<b>X. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>177</b>
<b>XI. ANEXOS</b> .....	<b>179</b>

## LISTA DE TABLAS

Tabla 4-1. Límites de la parroquia Licán.....	28
Tabla 4-2. Estratos de turistas nacionales y extranjeros .....	35
Tabla 4-3 División de la muestra para la aplicación de las encuestas .....	36
Tabla 4.4. Evaluación del índice de potencial interpretativo.....	39
Tabla 5-5. Relieve de la parroquia Licán.....	44
Tabla 5-7. Fauna existente en la parroquia Licán.....	47
Tabla 5-8. Bienes muebles de la parroquia.....	50
Tabla 5-9. Proyecciones de la parroquia Licán .....	67
Tabla 5-10. Horarios del servicio de agua potable. ....	68
Tabla 5-11. Cobertura de servicio eléctrico en la parroquia.....	69
Tabla 5-12. Nivel de educación en la parroquia .....	70
Tabla 5-13. Producción de la parroquia Licán.....	71
Tabla 5-14. Servicio Urbano en la parroquia.....	74
Tabla 5-15. Empresas de telefonía móvil presentes en la parroquia .....	75
Tabla 5-16. Atractivos naturales de la parroquia.....	76
Tabla 5-17. Atractivos culturales de la parroquia.....	77
Tabla 5-18. Servicio de alojamiento en el cantón Riobamba .....	79
Tabla 5-19. Servicios de alimentos y bebidas en el cantón Riobamba.....	79
Tabla 5-20. Rango de edades turistas nacionales .....	81
Tabla 5-21. Género de los turistas nacionales .....	82
Tabla 5-22. Nivel de estudios turistas nacionales.....	82
Tabla 5-23. Procedencia turistas nacionales .....	83
Tabla 5-24. Forma de viaje.....	84
Tabla 5-27. Temas a exponer .....	85
Tabla 5-28. C.I como parada necesaria .....	86
Tabla 5-29. Guianza por una persona del lugar.....	86
Tabla 5-30. Tiempo de duración de la vista al C.I.....	87
Tabla 5-31. Gasto por visita .....	87
Tabla 5-32. Medios de comunicación.....	88
Tabla 5-33. Rango de edades turistas extranjeros .....	89
Tabla 5-34. Género de los turistas extranjeros .....	89
Tabla 5-35. Nivel de estudio.....	90
Tabla 5-36. País de procedencia .....	90

Tabla 5-37. Con quien viaja .....	91
Tabla 5-38. Conocimiento sobre los atractivos existentes.....	91
Tabla 5-40. Aceptación por visitar de un C.I.....	92
Tabla 5-41. Centro de interpretación como parada necesaria.....	93
Tabla 5-42. Guianza realizada por una persona del lugar .....	93
Tabla 5-43. Tiempo destinado para la visita.....	94
Tabla 5-44. Gasto por visita .....	94
Tabla 5-45. Medios de comunicación.....	95
Tabla 5-46. Demanda futura.....	96
Tabla 5-47. Demanda potencial.....	96
Tabla 5-48. Proyección demanda potencial nacional y extranjera .....	97
Tabla. 5-49. Competidores .....	97
Tabla 5-50. Análisis de la competencia.....	98
Tabla 5-51. Proyección de la competencia.....	98
Tabla 5-53. Demanda frente a la oferta .....	99
Tabla 5-54. Demanda objetivo .....	99
Tabla 5-55. Conocimiento sobre lo que es un centro de interpretación .....	100
Tabla 5-56. Medios de interpretación.....	101
Tabla 5-57. Temas a exponer. ....	101
Tabla 5-58. Conocen lo que es un centro de interpretación .....	102
Tabla 5-59. Tipos de medios de interpretación .....	103
Tabla 5-60. Medios de interpretación.....	103
Tabla 5-61. IPI iglesia San Pedro de Macají .....	105
Tabla 5-62. IPI Hacienda la Armenia.....	107
Tabla 5-63. IPI Talleres de fundición de Bronce.....	109
Tabla 5-64. IPI iglesia San Pedro de Macají .....	111
Tabla 5-65. IPI iglesia San Pedro de Macají .....	113
Tabla 5- 66. IPI Festividades del Niño Rey de Reyes .....	115
Tabla 5-68. Áreas del centro de interpretación.....	120
Tabla 5-70. Activos Fijos .....	148
Tabla 5-71. Talento humano.....	149
Tabla 5-72 Artesanías.....	150
Tabla 5-73. Talento Humano.....	157
Tabla: 5-74. Activos diferidos .....	165
Tabla 5-75. Materiales e insumos.....	165

Tabla 5-76. Inversiones .....	166
Tabla 5-77. Activos diferidos .....	167
Tabla 5-78. Tabla de amortización de la deuda.....	168
Tabla: 5-79. Formas de financiamiento.....	168
Tabla: 5-80. Tabla de depreciaciones .....	168
Tabla: 5-81. Amortización de Activos diferidos .....	169
Tabla 5-82. Costos y gastos.....	169
Tabla 5-83. Estado de resultados.....	170
Tabla: 5-84 Activos diferidos .....	170
Tabla: 5-85. Evaluación financiera.....	171

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 4.1. Ubicación de la Parroquia Licán.....	<b>4</b>
Tabla 4-1. Límites de la parroquia Licán.....	<b>28</b>
Figura 4-2. Cartografía del uso de suelo de Licán.....	<b>30</b>
Figura 4-3. Hidrología de la Parroquia Licán.....	<b>31</b>
Figura 5-4. Mapa climático de la parroquia Licán .....	<b>45</b>
Figura 5-5. Administración de la parroquia Licán.....	<b>73</b>
Figura 5-7. IPI iglesia San pedro de Macají .....	<b>106</b>
Figura 5-8. IPI Hacienda la Armenia.....	<b>108</b>
Figura 5-9. IPI iglesia San pedro de Macají .....	<b>110</b>
Figura 5-10. IPI iglesia San José de Cunduana .....	<b>112</b>
Figura 5-11. IPI iglesia San pedro de Macají.....	<b>114</b>
Figura 5-12. IPI iglesia San pedro de Macají.....	<b>116</b>
Figura 5-13. Ubicación del centro de interpretación en la parroquia .....	<b>117</b>
Figura 5-14. Ubicación de los medios de interpretación. ....	<b>135</b>
Figura 5-15. Logotipo centro de interpretación. ....	<b>151</b>

**LISTA DE ANEXOS**

Anexo 1. Matriz SENPLADES para el diagnóstico situacional.....	179
Anexo 2. Encuesta en español.....	180
Anexo 3, Encuesta para el análisis de audiencia turistas nacionales.....	182
Anexo 4. Encuesta turistas extranjeros.....	183
Anexo 5. Encuesta para el analisis de audiecia turistas extranjeros.....	185
Anexo 6 Planos del proyecto.....	186
Anexo 7. Manual uso de marca.....	189
Anexo 8. Medios Publicitarios.....	196

# **I. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA LICÁN, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

## **II. INTRODUCCIÓN**

El turismo es considerado como una actividad importante para el Ecuador y para el mundo, ya que influye en el estilo de vida tanto del turista como de la persona que ofrece el servicio, mejorando la calidad de vida de las personas gracias a que permite un mejor manejo de los atractivos naturales y la conservación del medio ambiente. Sin duda alguna, el turismo ayuda a la reactivación económica, la generación de nuevas plazas de empleo, la atracción de inversión local y extranjera, la mejora de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; y todo esto en nuestro país se ha visto reflejado con la campaña “All You Need is Ecuador” promovida por el Ministerio de Turismo desde el 2014 que generó USD 1.251,3 millones de divisas (Ministerio de Turismo, 2016).

Ecuador gracias a su posición geográfica posee una diversidad biológica por unidad de área, que genera una impresionante variedad de hábitats y tipos de vegetación, que se convierten en escenarios óptimos para el desarrollo de la actividad turística, lo que permite a los turistas nacionales y extranjeros conocer escenarios diferentes donde se conjuga no solo naturaleza sino también cultura.

Gracias a su ubicación en el centro del país, la provincia de Chimborazo es visitada constantemente por los viajeros, se encuentra rodeada de cuatro volcanes que para muchos pueblos y nacionalidades kichwas originarias llegaron a ser templos sagrados y adorados como dioses, en la actualidad se puede realizar turismo de aventura, caminatas, escaladas, turismo cultural entre otras modalidades, basadas en el respeto a las personas y su riqueza natural y cultural. La provincia está conformada por diez cantones considerados como lugares turísticos que ofrecen diversas costumbres, tradiciones, artesanías, comidas típicas, lagunas y páramos andinos (Gobierno Autónomo Descentralizado de Chimborazo, 2013).

El turismo rural en la provincia y el país se constituye en una de las alternativas óptimas para mejorar la calidad de vida de los habitantes, razón por la cual se hace necesario desarrollar proyectos que ayuden a determinar el potencial que existe en cada sector y que por mucho tiempo han estado abandonados, sin saber que es en el sector rural donde se desarrolla la realidad de nuestro país (Gobierno Autónomo Descentralizado de Chimborazo, 2013).

La parroquia rural Licán perteneciente al cantón Riobamba presenta escenarios turísticos culturales que deben ser manejados y aprovechados bajo criterios de turismo técnicos y sostenibles, para que a través de esta herramienta se pueda conseguir la sostenibilidad y el buen vivir.

## **A. JUSTIFICACIÓN**

Chimborazo al ser una provincia con recursos turísticos importantes necesita desarrollar capacidades productivas, como la formación profesional en todos los campos de servicios turísticos y de naturaleza, educación, infraestructura, inversión en los planes de manejo de los espacios naturales, generación de información de las oportunidades turísticas a nivel nacional e internacional, dotar de sistemas de seguridad y accesibilidad a dichos espacios, entre otros, todos estos aspectos enfocados principalmente a su fortalecimiento desde la óptica comunitaria debido a que los turistas que visitan estas zonas se sienten atraídos por otras culturas y quieren realizar un turismo distinto, un turismo lleno de experiencias en las que puedan aprender de las mismas comunidades (Gobierno Autónomo Descentralizado de Chimborazo, 2013).

El proyecto de vinculación existente entre el Consorcio Nacional de Gobiernos Parroquiales de Chimborazo y la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo busca diseñar estrategias que permitan a los gobiernos parroquiales promover al turismo como una alternativa que les permita mejorar su calidad de vida, pero sobre todo para que los habitantes del sector rural conozcan y aprovechen cada uno de los recursos naturales y culturales existentes en sus territorios, y de esta manera la población reconozca y le de valor a su propia identidad.

La parroquia Licán del cantón Riobamba presentó la necesidad de contar con un producto turístico que le permita adaptarse a los cambios del mercado y mantenerse en una fase de consolidación, y de esta manera se pueda desarrollar nuevos destinos y productos para atraer distintos mercados, fortaleciendo no solo el turismo local si no también el nacional.

Por lo tanto, el presente trabajo se realizó con la finalidad de contar con un estudio técnico que plantee la estructura idónea de un producto turístico sostenible y que demuestre la factibilidad ambiental, social, cultural, económica y financiera de su implementación garantizando la inversión y la participación local.

## **B. OBJETIVOS**

### **1. Objetivo general**

Diseñar un producto turístico para la parroquia Licán, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

### **2. Objetivos específicos**

- a. Actualizar el diagnóstico situacional de la parroquia Licán.
- b. Elaborar el estudio de mercado para la parroquia Licán.
- c. Elaborar el estudio técnico
- d. Establecer el estudio ambiental
- e. Determinar el estudio administrativo legal
- f. Evaluar económica y financieramente la propuesta

## **C. HIPÓTESIS**

El diseño de un producto turístico para la parroquia Licán, permite iniciar procesos de desarrollo basados en una actividad turística sostenible.

### **III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

#### **A. DEFINICIÓN DE TURISMO**

Según la Organización Mundial de Turismo menciona que “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos. De esta forma, como una actividad que realizan los visitantes, el turismo no constituye una actividad económica productiva, sino una actividad de consumo” (Organización Mundial de Turismo, 2005). Podemos concluir entonces que el turismo es considerado como una actividad de ocio y recreación que permite a las personas disfrutar de diferentes destinos.

##### **1. Tipos de turismo**

Según la Organización Mundial de Turismo (2005), clasifica al turismo en los siguientes tipos:

- Turismo de sol y playa
- Turismo cultural
- Turismo rural o ecoturismo
- Turismo de salud
- Turismo deportivo y de aventura
- Turismo gastronómico
- Turismo de ayuda humanitaria o turismo solidario

##### **a. Ecoturismo**

Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento

activo y socio económicamente benéfico de las poblaciones locales (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, 2007).

El ecoturismo es considerado como una de las alternativas más responsables al momento de realizar turismo gracias a que esta es una modalidad donde la prioridad es cuidar y respetar el medio tanto natural y cultural donde se desarrolla las actividades.

## **2.- Turismo sostenible**

Andino (2014) indica lo siguiente:

Según la Organización Mundial del Turismo 2004, en el párrafo No 1 señala que: El turismo sostenible es aquel que satisface las necesidades presentes de los turistas y de las regiones hospederas, a la vez que protege y mejora las oportunidades para el futuro, además se prevé como una guía en la gestión de todos los recursos de modo que la economía social y las necesidades estéticas puedan ser satisfechas, a la vez que se mantiene la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo de la vida. El turismo sostenible es respetuoso con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite un intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, la relación entre el turista y la comunidad es justo y los beneficios, son repartidos de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud participativa en su experiencia de viaje (p.56).

## **3. El turismo sostenible como estrategia de desarrollo**

La Organización Mundial del Turismo (2005), menciona que:

A raíz de la crisis económica nacional de 1999, el turismo se constituyó en una alternativa económica viable en zonas rurales que afrontaban la pérdida de competitividad de las demás actividades productivas tradicionales agropecuarias. Desde finales del último siglo, se ha observado un crecimiento significativo de la oferta turística como un eje de desarrollo a nivel nacional y porque este permite:

- ✓ Diversificar la producción manteniendo la integridad cultural y la diversidad biológica
- ✓ Fomentar el arraigo rural y revalorizar el patrimonio cultural local.
- ✓ Integrar a todos los grupos humanos a la cadena productiva, especialmente a través de la creación de oportunidades laborales para mujeres y jóvenes.
- ✓ Fomentar la asociación y la implementación de cadenas solidarias para mejorar la comercialización de productos locales.
- ✓ Ampliar la oferta turística y agregar valor a la existente.

Estas características hacen al turismo sostenible una herramienta estrategia de desarrollo económico local. Por un lado, el turismo supone una gran oportunidad en algunas zonas en las que no existen otras alternativas de actividad económica. A su vez, como parte del sector servicios, ofrece más oportunidades para el surgimiento de empresas. Y a pesar de ser un sector que requiere de fuertes inversiones en infraestructura y equipamientos, también utiliza mano de obra de forma intensiva por lo que ofrece numerosas oportunidades de trabajo y negocio para las mujeres y los jóvenes (Organización Mundial del Turismo, 2005).

Los proyectos de desarrollo sostenible generados en todo el mundo tienen como finalidad generar nuevas estrategias de desarrollo permitiendo mejorar la calidad de vida de la población donde se desarrollan.

## **B. PRODUCTO TURÍSTICO**

### **1. Diseño de un producto turístico**

El producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, bienes y servicios que son producidos por diferentes entidades, pero que el turista lo percibe como uno sólo. " se hace notable que no hay lugar del planeta que no sea un destino turístico actual o potencial: ríos, bosques, costas, montañas, lagos, tundras, desiertos y demás son lugares que los hombres han buscado para vivir y desarrollar actividades lúdicas" (Gurria, 2007, p. 48).

Un producto turístico debe ofrecer a los turistas un servicio de calidad que permita satisfacer las necesidades de los visitantes.

### **a. Desarrollo del producto turístico**

El producto turístico debe comprender los siguientes elementos:

- Generación de Ideas de empleados, clientes, distribuidores, proveedores y competidores.
- Selección de Ideas.
- Desarrollo y Evaluación de Conceptos con el mercado potencial (Target).
- Formulación de la Estrategia de Mercadeo.
- Análisis del Negocio (revisión de los costos, proyecciones de ventas y rentabilidad).
- Comercialización y evaluación (López, 2002, p. 123).

## **C. CENTRO DE INTERPRETACIÓN CULTURAL**

Es un equipamiento cultural, cuya función principal es la de promover un ambiente para el aprendizaje creativo, buscando revelar al público el significado del legado cultural o histórico de los bienes que expone. Está orientado a cubrir cuatro funciones básicas: Investigación, conservación, divulgación y puesta en valor del objeto que lo constituye. Se interpreta para revelar significados, actividades y destinatarios

Sus actividades están dirigidas a la población en general, dedicando especial atención a las visitas de grupos organizados. Un centro de interpretación desarrolla un conjunto de actividades de comunicación con el público visitante cuyo objetivo es revelar y explicar el papel y el significado del patrimonio histórico y cultural mediante su interpretación contemporánea, con el fin de aumentar la sensibilización del público y de hacer más eficaz su conservación. Debe disponer, como condición fundamental de funcionamiento, de personal especializado para la realización de los itinerarios didácticos y para la atención al público (Santacana, 2005, p. 63).

### **a. Metodología**

La Interpretación como metodología posee cuatro características que hacen de ella una disciplina especial:

- Es comunicación atractiva
- Ofrece una información concisa
- Es entregada en presencia del objeto en cuestión
- Su objetivo es la revelación de un significado.

Puede entenderse como una herramienta de comunicación que combina tanto los elementos artísticos creativos e imaginativos, como los técnicos métodos, procedimientos, para transmitir un mensaje positivo y efectivo en relación con el entorno visitado, poniéndolo al alcance, utilizando un lenguaje sencillo y claro, de cualquier tipo de público: local, turista, jóvenes estudiantes, mayores, etc (Santacana, 2005, p. 64).

### **b. Objetivos básicos**

Los centros de interpretación tienen como objeto crear en quien acude a ellos una sensibilidad, conciencia, entendimiento, entusiasmo, compromiso, etc., hacia el recurso que es interpretado.

Para cumplir la misión que tienen encomendada estos centros revelan al público los significados e interrelaciones del patrimonio natural y cultural se cuenta con recursos expositivos e interpretativos clásicos, visitas guiadas y recorridos señalizados, además de otras actividades de sensibilización ambiental. Los centros de interpretación son uno de los recursos de referencia para la transmisión de la cultura. Promueven el turismo y se conciben cada vez más como factores de valor económico, por su atractivo como actividad de ocio. Hacerlos más accesibles al público y conseguir generar experiencias atractivas para los visitantes, más allá de la mera observación, es el reto para una mejor difusión cultural.

### **c. Tipología**

La tipología de los centros de interpretación es infinitamente variada, tal como:

- Arquitectura
- Espacios naturales protegidos
- Yacimientos arqueológicos
- Centros etnográficos

- Fauna específica
- Bodegas
- Salinas
- Minerías
- Patrimonio Rural
- Prehistoria

(Santacana, 2005, p. 105)

## **D. MEDIOS DE INTERPRETACIÓN**

Dawson (1999), define a los medios de interpretación de la siguiente forma:

### **1. Concepto**

Los medios interpretativos son los vehículos a través de los cuales se transmite un mensaje interpretativo al visitante. Pueden ser atendidos por personal, que contemplan una interacción entre el público y una persona que es guía o intérprete; o bien, no atendidos, es decir, aquellos servicios que no utilizan personal directamente, sino objetos, artilugios o aparatos.

### **2. Clasificación de los medios interpretativos**

Los medios interpretativos son personales y no personales y cuál de ellos utilizará para transmitir los mensajes interpretativos.

### **a. Medios no personales**

La interpretación autoguiada utiliza instrumentos como:

1) Señales y marcas (letreros). - En las áreas protegidas existen dos tipos de letreros: administrativos (señales de tránsito y de orientación del visitante) e interpretativos. Como medio de interpretación, los letreros tienen varias ventajas y desventajas:

Los letreros son susceptibles a daños y deterioro debido a la descomposición causada por condiciones climáticas (sol, humedad, arena y nieve sopladas por el viento) y al vandalismo.

2) Publicaciones. - Información impresa; libros, folletos, guías, mapas, carteles.

3) Senderos autoguiados. - Aunque son considerados como medios, precisan de otros para llevarse a cabo. Se utilizan folletos, señales, paneles o grabaciones magnetofónicas, a través de un recorrido preestablecido.

4) Audiovisuales automáticos. -Incluyen películas, programas de diapositivas automáticas, postes de escucha, cintas grabadas transportables y todas las presentaciones audiovisuales no atendidas por personal.

5) Exhibiciones Interpretativas. - Una exhibición es una de las formas más comunes de comunicación interpretativa. Es una colección de objetos o gráficas dispuestos de cierta forma para dar un mensaje a los visitantes. Los visitantes pueden observar las exhibiciones a su propio ritmo, generalmente sin guía alguna.

### **b. Medios Personales**

1) Tours Paseos guiados. -Conducidos por un guía o intérprete; siguen una ruta preestablecida por quienes organizan la actividad, aunque el tema y el método de presentación puede variar. Audiovisuales atendidos por personal: Presentaciones en las que el intérprete puede estar presente para explicar o atender preguntas, o en las que él utiliza

un medio audiovisual para su propia presentación: Charlas con películas cortas, con diapositivas o retroproyector, y uso de amplificador de sonidos.

2) Personal Especializado Demostraciones: Generalmente desarrolladas por profesionales ajenos al personal de plantilla, que están especializados en alguna de las actividades que involucran habilidades como confección de artesanía, fabricación de instrumentos, manufacturas, etc.

El desarrollo de actividades: Implica ejercitación de la habilidad por parte del público. Ejemplos: el montar a caballo, escalar, la fotografía y cualquier otra actividad que lo involucre en una participación activa.

3) Conferencias Generalmente, se utiliza a un experto ajeno al personal de plantilla, quien comenta o narra, en diversos estilos, sus experiencias, o traduce sus conocimientos a un lenguaje comprensible para el público.

#### 4) Animación

Animación Pasiva. El intérprete "interpreta" en forma teatral una actividad cotidiana, generalmente costumbrista, vistiendo como el personaje que representa. Se trata de revivir hechos y costumbres tradicionales, sin contar con la participación del público.

##### - Animación activa

Se refiere a los programas interpretativos con participación del público, en los que éste debe utilizar conocimientos previos o adquiridos durante la visita al área. Son las simulaciones, los juegos ambientales, las representaciones teatrales o la utilización de instrumentos con un fin más recreativo que el de adquisición de habilidades.

La interpretación puede utilizar muchas técnicas, pero también depende del arte de los que la realizan, haciendo notar que la clave está en el lenguaje que se utilice, en el dominio de las técnicas (p. 130-132).

## **E. POTENCIAL INTERPRETATIVO**

### **1. Definición**

El potencial interpretativo son los rasgos que tienen ambientes, objetos, procesos y fenómenos con potencial para ser interpretado o que tiene importancia interpretativa (Morales, 2000).

### **1. Índice de potencial interpretativo**

El índice de potencial interpretativo es una valoración que se aplica para identificar aquellos puntos susceptibles que presentan alguna característica peculiar para ser habilitado o conservado.

### **2. Parámetros de evaluación del índice de potencial interpretativo**

De acuerdo a Morales, Varela (2003), y Farías (2004), los parámetros a tomar en cuenta para valorar el potencial de un recurso son los siguientes:

#### **a. Singularidad**

Se refiere a la frecuencia con que aparece ese rasgo o valor en el área o parque. La singularidad indica el grado de importancia intrínseca de ese lugar o rasgo con respecto al área.

Normalmente, cuanto más único y relevante sea el sitio mayor potencial interpretativo tendrá.

#### **1) Rango de calificación**

1= Muy común

2= Común

3= Única en la zona

4= Único en el estado

5= Único en el país

**b. Atractivo**

Capacidad del recurso o sitio en cuestión de despertar interés o curiosidad en el público. Cuanto más interesante sea el sitio a los ojos de los visitantes mayor puntuación tendrá.

## 1) Rango de calificación

- No despierta curiosidad =1
- Despierta curiosidad para la gente de la localidad =2
- Despierta curiosidad para la gente de la zona =3
- Despierta curiosidad para la gente del estado =4
- Despierta curiosidad para la gente extranjera = 5

**c. Resistencia al impacto**

Capacidad del recurso o sitio en cuestión a resistir la presión de visitas y del uso. Esta capacidad depende de su sustrato, de las características ecológicas del lugar y de fragilidad del recurso en cuestión.

## 1) Rango de calificación

- Si su uso fuese intensivo, alteración total. = 1
- Si su uso fuese intensivo, poco resistente, alteración muy visible= 2.
- Si su uso fuese intensivo, poco resistente, alteración visible con mantenimiento = 3
- Si su uso fuese intensivo, resistente, poca alteración, sin mantenimiento y/o gestión. = 4
- Si su uso fuese intensivo, muy resistente, no se vería alterado. = 5

**d. Estacionalidad**

Nivel de condicionamiento que pudiera tener en cuanto a su utilización a lo largo del año.

## 1) Rango de calificación

- No se puede visitar en ninguna época del año

- Visitas puntuales durante todo el año
- Se puede visitar durante la época lluviosa
- Se puede visitar durante todo el año excepto los días de lluvia
- Se puede visitar durante todo el año.

#### **e. Afluencia actual**

Uso que actualmente puede registrar el recurso y que a su vez confirme entre otros aspectos su singularidad, atractivo, accesibilidad.

##### 1) Rango de calificación

- No frecuentado sin afluencia = 1
- Frecuentación puntual afluencia mínima = 2
- Frecuencia en épocas festivas = 3
- Frecuencia de fines de semana, afluencia media = 4
- Frecuencia diaria, mucha afluencia = 5

#### **f. Información disponible**

Cantidad y calidad de información fidedigna existente acerca del recurso a interpretar.

##### 1) Rango de calificación

- Nada de información disponible = 1
- Poca información y de mala calidad = 2
- Poca información y de buena calidad = 3
- Mucha información, pero de poca calidad = 4
- Mucha información de calidad = 5

#### **g. Facilidad de explicación**

Es la facilidad que ofrece el lugar, el informante clave, y su significado, para ser explicados en términos comprensibles, gráficos o esquemáticos al visitante.

### 1) Rango de calificación

- No se puede explicar = 1
- Difícil de explicar = 2
- Medianamente fácil de explicar = 3
- Fácil de explicar = 4
- Muy fácil de explicar = 5

### **h. Pertenencia interpretativa**

Oportunidad, adecuación y facilidad del rasgo o recurso a ser interpretado de acuerdo con los valores del área. Representatividad del rasgo con la zona.

### 1) Rango de calificación

- 1= Inadecuado con los valores del área
- 2 = Muy poca pertinencia, altera muchos valores del área
- 3 = Poca pertinencia, altera varios valores del área
- 4 = Pertinencia en lo general alterando ciertos valores del área
- 5 = Pertinente con los valores del área.

### **i. Seguridad**

Nivel o grado de seguridad del recurso y su entorno

### 1) Rango de calificación

- Inseguro = 1
- Muy poco seguro, existen peligros inherentes a bióticos y abióticos de la zona = 2
- Poco seguro, podría existir algún peligro, hay que ir con precaución y/o Acompañamiento= 3
- Seguro, no hay peligro alguno, pero hay que ir con precaución y/o acompañamiento = 4
- Muy seguro, no hay peligro alguno = 5

### j. Adecuación

Posibilidades que alberga el sitio y su entorno inmediato para ser acondicionado a su uso recreativo e interpretativo.

### 1) Rango de calificación

1 = Inadecuado = 1

2 = Muy poca adecuación, solo cumple uno de los factores; = 2

3 = Poca adecuación, se cumple algunos de los factores; = 3

4 = Buena adecuación, se cumple casi todos los factores; = 4

5 = Muy buena adecuación. = 5

## **F. ACTUALIZACIÓN DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

### **a. Diagnóstico situacional**

El diagnóstico situacional es un proceso de producción de conocimientos en y para la acción, una interacción dialógica entre los actores involucrados en la acción social, un modo de producir conocimientos de base útiles en la acción, un modo de producción de conocimientos colectivo y participativo, una racionalidad reflexiva para la toma de decisiones, una acción focalizada en temas significativos para los actores involucrados (Martínez ,2006, p. 7).

Un diagnóstico a nivel turístico es entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turística en el destino.

## **G. ESTUDIO DE MERCADO**

### **1) Mercado**

Se entiende por mercado el lugar en donde asisten la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio, a los mercados se pueden definir en función de los segmentos que los conforman, estos son los grupos específicos compuestos por entes con características homogéneas, entonces se puede decir que un mercado es un grupo de compradores y vendedores que están para la compra y venta. Es la búsqueda, análisis,

cuantificación, determinación y evaluación de información del mercado para la toma de decisión en marketing (Pinto, 2009, p. 68).

## 2) Segmentación de mercado

Ricaurte (2006), define a la segmentación de mercado como

### a. Concepto

Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. A la vez los segmentos están formados por sub-segmentos, es un enfoque orientado hacia el consumidor y se diseña para identificar y servir a este grupo. Es por eso que se debe probar diversas variables, solas y combinadas, con el fin de concebir la estructura de mercado, a continuación, se detallan las principales variables utilizadas para la segmentación de mercado.

### b. Clases de segmentación de mercado

#### 1) Segmentación geográfica

Se requiere dividir al mercado en varias unidades geográficas como naciones, estados, ciudades o barrios; se puede operar en una, dos áreas o en todas.

#### 2) Segmentación demográfica

Es la división en grupos basados en variables demográficas como edad, sexo, tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingresos, caracterizando sobre todo las necesidades, deseos y tasas de uso están a menudo estrechamente relacionadas con las variables demográficas.

### 3) Segmentación psicográfica

Aquí los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad.

### 4) Segmentación por conducta

Se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus respuestas a un producto (p.49-52)

#### c. Criterios de segmentación

Según Ricaurte (2006) establece los siguientes criterios de segmentación:

**Generales:** Útiles para medir una población o grupo de personas con independencias de sus pautas de compra o consumo, y del producto o servicio considerado. Los criterios o variables a considerarse son. Demográficas, socioeconómicas, geográficas, psicográficas y la segmentación por uso y beneficio.

**Específicos:** Toma en consideración a los comportamientos de compra o de uso o consumo del producto (p.53).

### 3. Estructura del mercado

Modernamente se entiende como mercado el espacio físico o imaginario en el que influyen compradores (demandantes) y vendedores (oferentes) para hacer efectivo el intercambio. A la oferta y la demanda se le conoce como la fuerza del mercado, aquellas que les dan dinamismo y que hace posible la realización de las transacciones comerciales (Ricaurte, 2006, p. 54).

#### a. La demanda turística

Blanco (2008), menciona lo siguiente:

"Es el conjunto de servicios efectivamente solicitados por el consumidor que cubre la demanda del mercado". Los turistas que utilizan los alojamientos rurales, en general, son de origen nacional, pero también es cada vez mayor el interés de extranjeros por esta modalidad, ya que les permite convivir y conocer un medio donde se exhiben las tradiciones y costumbres del lugar. En cuanto al nivel socioeconómico, la demanda está representada por los sectores de clase media, media - alta y alta. La demanda es heterogénea en cuanto a grupos familiares y rango de edades.

### **1) Demanda potencial**

Es aquella población turística con capacidad de gasto y tiempo libre, que conforma el mercado turístico con diferentes motivaciones como: tradicional o de circuito, de aventura o desafío y de ecoturismo.

### **2) Demanda real**

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

### **3) Demanda efectiva**

Es aquella población que consume el producto turístico como los siguientes resultados:

- Una experiencia intangible para el turista.
- Un ingreso económico directo para los prestadores de servicios.
- Un ingreso económico indirecto para los otros agentes de la producción que han participado en la elaboración del producto turístico (p 76).

## **b. Muestra**

La muestra es una parte delimitada y seleccionada de la población total y deberá incluir las características más importantes de la población a la cual se está refiriendo para que los resultados obtenidos sean representativos y ejemplifiquen las características de la misma. (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2014).

Villegas, (2012) manifiesta que: "Una muestra es una colección de algunos elementos de la población, pero no de todos".

### **1) Tamaño de la muestra**

El tamaño de muestra representa el número de observaciones tomadas para conducir un análisis estadístico. Los tamaños de muestra pueden componerse de gente, animales, comida, lotes, máquinas, baterías o cualquier población que se esté evaluando.

A medida que el tamaño de muestra aumenta, los estimativos se hacen más exactos, mejorando la calidad de la estimación y aumentando la seguridad (disminuye el error admitido), de acuerdo a la fórmula para poblaciones finitas, podemos conseguir un número de muestra amplio. (Smith, 2012)

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

## **c. Perfil del consumidor**

Para conocer al consumidor es necesario conocer las circunstancias que lo rodean y las variables que influirán sobre su comportamiento en el mediano y largo plazos. Se debe contar con un estudio de la conducta del consumidor, considerando los factores sociales por un lado y los psicológicos por otro (estilo de vida, personalidad, aspiraciones, etc.) (Arboleda ,1998, p. 131).

#### **4. La Oferta**

El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar a quienes dentro de sus actividades proveen de bienes y servicios similares al del proyecto (Arboleda,1998, p.132).

##### **a. Inventario de atractivos turísticos**

Gurria (2004) menciona lo siguiente:

El inventario contiene una evaluación cualitativa sobre las características del recurso como tal y cuantitativa para determinar la valoración numérica de los recursos turísticos que brinde al planificador información básica que le permita plantear y ejecutar acciones de mejoramiento de su calidad e incorporación en el diseño de productos diversos y variados.

##### **- Concepto de atractivos turísticos**

Todo lugar que constituya un destino turístico debe tener una serie de características que motiven el desplazamiento temporal de los viajeros. Estas características desde el punto de vista del visitante se denominan atractivos turísticos, porque son los que llaman y atraen su atención. Desde el punto de vista de la región visitada, estos atractivos forman parte de los recursos turísticos, porque constituyen lo que se puede ofrecer al visitante.

Los atractivos turísticos se clasifican para su estudio en dos grandes grupos: atractivos naturales y atractivos culturales (p.68).

## **b. Elaboración del inventario de atractivos turísticos**

### **- Clasificación de los atractivos**

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar (Ministerio de Turismo, 2004.).

### **- Recopilación de la información**

En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual, se investigan sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo. (Ministerio de turismo, 2004)

### **- Trabajo de campo**

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las entidades públicas que pueden dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales, Gobernaciones, así como informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se hará al menos 5 fotografías. (Ministerio de Turismo. 2004.)

### **- Registro de información**

Es la recopilación de todos los datos referidos de los atractivos naturales del área, ordenada según el siguiente sistema de clasificación:

1. Categoría: Sitios naturales o manifestaciones culturales.
2. Tipos: Montañas, ambientes lacustres, bosques, áreas protegidas, etnográficos, folklóricos, artísticos, grupos étnicos, etc (Ministerio de Turismo. 2004).

## - Evaluación y jerarquización

Consiste en el análisis individual de cada atractivo; con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas, calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

Evaluar un conjunto de atractivos significa establecer una relación de orden entre los elementos de ese conjunto, sobre la base de la descripción contenida en los formularios de registros de la información (Ministerio de Turismo, 2004).

El proceso de evaluación conduce a la significación de una jerarquía:

### 1) Jerarquía IV

Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

### 2) Jerarquía III

Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

### 3) Jerarquía II

Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

### 4) Jerarquía I

Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

Según el Ministerio de Turismo, 2004: la jerarquía se establece a partir de la suma de los valores asignados a cada factor, y en función de los puntos obtenidos se determina el rango jerárquico donde se ubica el atractivo:

### **- Rangos**

Los rangos son:

- 1 a 25 puntos: Jerarquía I
- 26 a 50 puntos: Jerarquía II
- 51 a 75 puntos: Jerarquía III
- 76 a 100 puntos: Jerarquía IV (Ministerio de turismo, 2004).

### **- Infraestructura**

Según Boullon (2004), “la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas como la educación, servicios de salud, la vivienda, los transportes, las comunicaciones y la energía”.

Los elementos que componen este rubro se clasifican en categorías, tipos y subtipos. En la categoría lo que se toma en cuenta es el transporte corresponde a transporte terrestre, aéreo o acuático. (p, 47).

### **- Superestructura**

Según Boullon (2004):

“Es el conjunto de entidades privadas y públicas que funcionan con el objetivo de armonizar la producción, comercialización y venta de los servicios turísticos”.

Ambos elementos son el soporte de la planta turística proveyendo servicios básicos, así como medios de engranaje para un óptimo funcionamiento del producto (p.50).

## **- Planta turística**

Es el registro de todas las instalaciones y los equipos de producción de los servicios turísticos de un país, y se les denomina equipamiento que se subdivide en cuatro categorías:

- ✓ Alojamiento.
- ✓ Alimentación.
- ✓ Esparcimiento.
- ✓ Otros servicios (Boullon, 2004, p.52).

## **5. Análisis de la competencia**

### **1) Competencia**

Komiya, (2013) se refiere a la competencia de la siguiente manera:

Son todos aquellos proveedores que ofertan productos y servicios similares al que planeamos vender.

Los aspectos que son indispensables para analizar la competencia son:

- Quiénes son, cuántos son, dónde están y como ofrecen sus servicios.
- Ventajas y desventajas en cuanto a precio, calidad, agilidad, amabilidad entre otros, es decir clasificar 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.

El análisis de la competencia consiste en el análisis de las estrategias, ventajas, fortalezas, debilidades y demás características de los actuales y potenciales competidores, con el fin de que, en base a dicho análisis, poder tomar decisiones o diseñar estrategias que permitan competir de la mejor manera posible con ellos. (p. 87,89).

## **2) Aspectos para el análisis de la competencia**

Boullon, (2004) menciona que para:

“El análisis de la competencia se toma a consideración los siguientes aspectos:

- Localización de la competencia.
- Estacionalidad de la oferta.
- Líneas de productos.
- Capacidad instalada.

### **a. Cálculo de la demanda insatisfecha**

Corresponde a la proyección del crecimiento del mercado en el corto, mediano y largo plazo. Así como ayuda a determinar el comportamiento de las tendencias de ciertas variables de segmentación, las proyecciones utilizarán para el cálculo la fórmula del interés compuesto.

### **b. Selección de la demanda objetivo**

Seleccionar la demanda objetivo implica cuantificar el porcentaje de la demanda potencial a ser captada del mercado. Se recomienda que en una etapa inicial o de lanzamiento de un producto se inicie captando hasta el 10% de la demanda insatisfecha, este porcentaje variará conforme pase el tiempo y función de la capacidad instalada” (p.32,33).

#### IV. MATERIALES Y MÉTODOS

##### A. CARACTERIZACIÓN DE LA PARROQUIA LICÁN

###### 1. Localización de la parroquia Licán

La Parroquia Rural de Licán, pertenece al cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, se encuentra a 5 minutos del centro de la ciudad de Riobamba y cuenta con una superficie de 20,89Km, ocupando el 9 % del territorio cantonal de Riobamba.



**Figura 4.1. Ubicación de la Parroquia Licán.**

**Nota:** Obtenido del GAD parroquial Licán, 2015

## 2. Ubicación Geográfica

La siguiente información se obtuvo del Plan de Ordenamiento Territorial 2011 de la parroquia Licán:

La parroquia Licán se encuentra ubicada al noreste del Cantón Riobamba provincia de Chimborazo, proyectadas dentro de las coordenadas UTM Zona 17 S, Datum WGS84:

**X:** 013800

**Y:** 784300

## 3. Límites

**Tabla 4-1. Límites de la parroquia Licán**

ORIENTACIÓN	PARROQUIA	PROVINCIA
<b>Norte</b>	Cantón Guano-parroquia de San Andrés -parroquia Calpi	Chimborazo
<b>Sur</b>	Cantón Riobamba-parroquia Lizarzaburu-parroquia Veloz	Chimborazo
<b>Este</b>	Cantón Riobamba parroquia Lizarzaburu	Chimborazo
<b>Oeste</b>	Cantón Riobamba parroquia Cacha, Parroquia Calpi	Chimborazo

---

**Nota:** Límites de la parroquia Licán obtenidos del Gobierno parroquial de Licán, 2015

#### **4. Clima**

En la parroquia de Licán se muestra un clima muy singular debido a su extensión territorial, denota la variación climática fría entre templado, cuya temperatura oscila entre los 12 a 13 grados centígrados. El clima de la parroquia beneficia a los cultivos variados propios y autóctonos de la serranía ecuatoriana. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Licán, 2011)

#### **5. Rango altitudinal**

El rango altitudinal en la parroquia va desde los 2810 hasta 4160 msnm.

#### **6. Temperatura**

La temperatura en la parroquia Licán varía entre los 12° y 13°C.

#### **7. Precipitación**

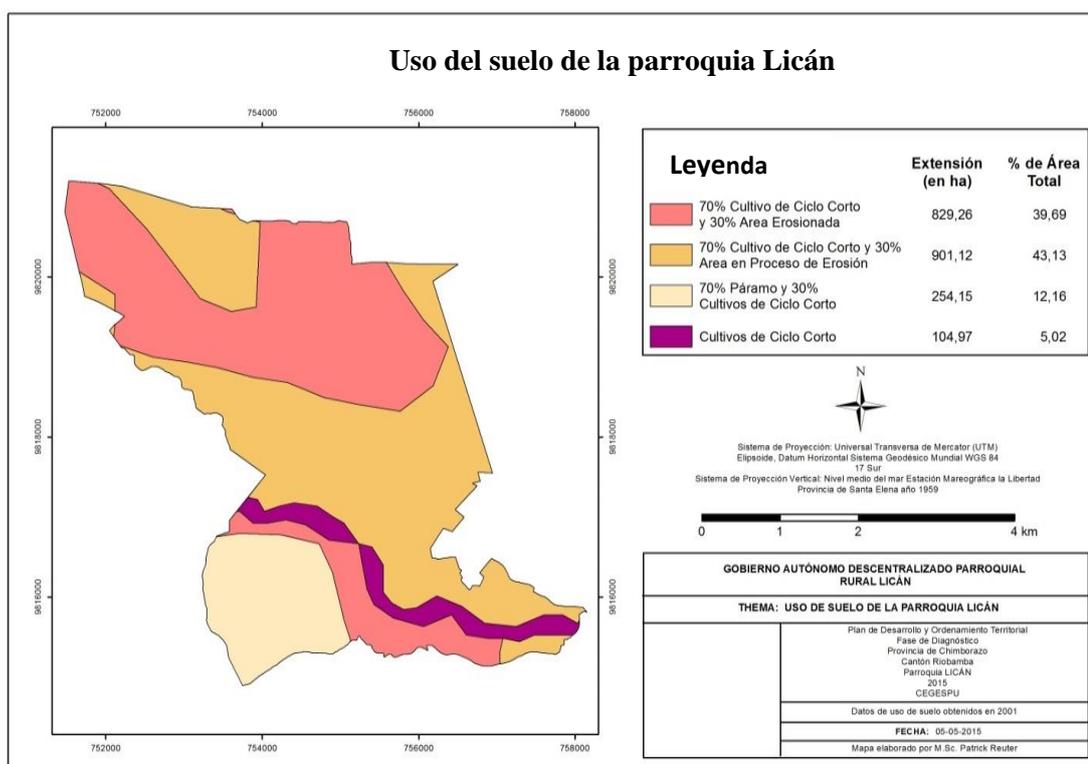
Las precipitaciones oscilan entre los 500 – 800 mm anuales.

#### **8. Características del suelo**

Dentro de la parroquia Licán existen tres tipos de suelo que son los siguientes: seco, húmedo y boscoso en los cuales se realizan diferentes tipos de cultivos en las dos estaciones del año. La mayor parte de la zona territorial esta degradada por los asentamientos humanos desordenados.

## 9. Uso del suelo

En la parroquia de Licán se puede observar que el 70% del suelo está destinado a cultivos de ciclo corto, el 30% al páramo y lugares erosionados, los moradores de la parroquia trabajan fuertemente para sembrar los diferentes cultivos que se dan en su fértil tierra, muchos de estos productos sirven para el consumo propio o para ser comercializados en diferentes mercados de la ciudad de Riobamba. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Licán, 2011)



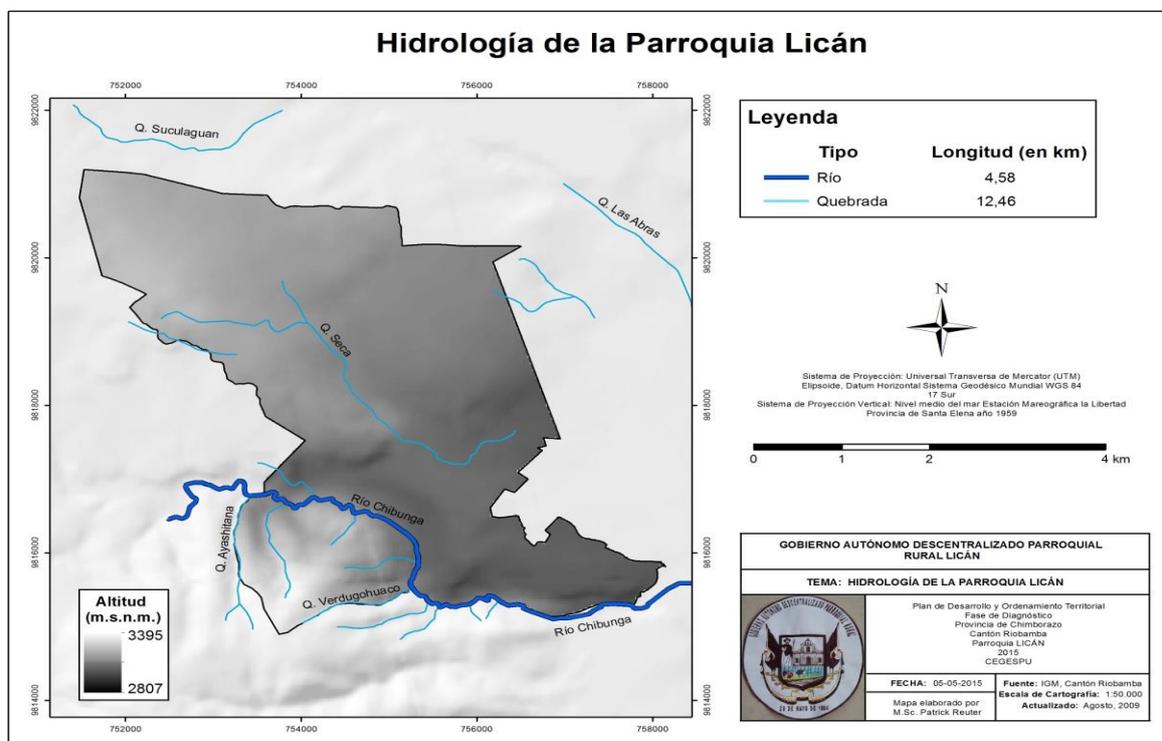
**Figura 4-2.** Cartografía del uso de suelo de Licán.

**Nota:** Obtenido del GAD parroquial, 2015

## 10. Hidrología

El río Chibunga pasa por el pueblo de Licán y tiene bastante potencial recreativo dentro de la parroquia, sin embargo hay q recalcar que el agua es contaminada, por la presencia de fábricas en sus riveras, se pudo observar que las personas arrojan al río desechos orgánicos e inorgánicos, otra fuente de contaminación son las aguas residuales comunales que llegan a su caudal agravando a un

más el problema, en el sector de la Armenia que es por donde pasa el gran parte del caudal del río, es utilizado para regar los cultivos. (Trabajo de campo, 2016).



**Figura 4-3.** Hidrología de la Parroquia Licán

**Nota:** Obtenido GAD parroquial Licán, 2015

## 11. Caracterización ecológica

La parroquia de Licán está ubicada en la vegetación húmeda interandina (entre los 2000 y 3000 metros de altitud) y está compuesto principalmente de matorrales húmedos montañosos, estos valles son las mayores zonas de asentamientos humanos en la sierra ecuatoriana el tipo de vegetación y la distribución de sus bosques están marcados por la presencia humana (Gobierno Autónomo Descentralizado de Licán, 2015).

## 2. MATERIALES Y EQUIPOS

### a. Materiales

Los materiales que se utilizaron en el trabajo de investigación son: libreta de campo, lápiz, esferos, papelotes, cinta adhesiva, hojas de papel bond, cd's, pilas y tinta de impresora.

### b. Equipos

Los equipos utilizados fueron: cámara fotográfica, computadora, impresora, flash memory, GPS, y cámara fotográfica.

## 3. METODOLOGÍA

### 1. Para el desarrollo del primer objetivo: Actualizar el diagnóstico situacional de la parroquia Licán

Para cumplir con la actualización del diagnóstico situacional se revisó información secundaria basada en el PDOT de la parroquia Licán año 2011 y la actualización presentada en el 2015, posteriormente se realizaron entrevistas a moradores de la parroquia que permitieron validar la información ya registrada en cada una de las fases del diagnóstico según la matriz establecida por SENPLADES. (Ver anexo 1).

- ✓ Subsistema biofísico ambiental
- ✓ Subsistema socio-cultural
- ✓ Subsistema económico-productivo
- ✓ Subsistema asentamientos humanos
- ✓ Subsistema de movilidad, energía y conectividad
- ✓ Subsistema político administrativo

## **2. Para el desarrollo del segundo objetivo: Elaborar el estudio de mercado de la parroquia Licán**

El desarrollo de este objetivo contiene lo siguiente:

### **1. Análisis de la oferta actual**

Para cumplir con el análisis de la oferta actual se consideró los aspectos del sistema turístico establecidos de la siguiente manera:

#### **a) Atractivos turísticos**

Para la identificación de los atractivos naturales y culturales se revisó información secundaria (prácticas pre-profesionales, sobre evaluación del potencial turístico de la parroquia Licán realizado por Verónica Cuzco en el año 2011) y fuentes primarias (salidas de campo).

Se revisó la metodología para inventarios de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo “MINTUR”, y se procedió a la actualización del inventario.

#### **b) Planta turística**

Para el análisis de la planta turística se tomó en cuenta los servicios turísticos ofertados en la parroquia, para esto se tomó en cuenta el catastro turístico del cantón Riobamba del año 2016, quedando los establecimientos: operadoras de turismo y agencias de viaje, alojamiento, centros de entretenimiento, alimentos y bebidas.

### c) Superestructura turística

Se procedió a la identificación del organismo responsable de la organización y buen funcionamiento del sistema turístico de la parroquia Licán, así también de organizaciones e instituciones que apoyan la actividad turística ya sean gubernamentales y no gubernamentales.

## 4. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda se realizó en base a los siguientes puntos:

### a) Segmentación

Las encuestas estuvieron dirigidas a turistas nacionales y extranjeros que usan los servicios de la Empresa Nacional de Ferrocarriles del Ecuador en Riobamba (ENFE).

### b) Universo

Para determinar del universo se tomó en consideración el número de visitantes nacionales y extranjeros registrados en la Empresa Nacional de Ferrocarriles del Ecuador en Riobamba y que hicieron uso de este servicio en el año 2016 en el registro constan 142376 visitantes, estos datos fueron tomados para aprovechar la afluencia de turistas que hacen uso de este servicio debido a que la parroquia Licán es parte de la ruta de la Quinoa que oferta la empresa.

### c) Muestra

Para establecer la muestra del área de estudio se utilizó la fórmula de poblaciones finitas, la misma que se indica a continuación:

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

**En dónde:**

n: Tamaño de la muestra

N: Universo de estudio

e: Margen de error o precisión admisible (7%)

z: Nivel de confianza (1,98)

p: Probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: Probabilidad de no ocurrencia (0.5)

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

$$n = \frac{142376 * (0.5) * (0.5)}{(142376 - 1) * \left(\frac{0.07}{1.98}\right)^2 + (0.5 * 0.5)}$$

$$n = 199$$

**d) Estratificación de la muestra****- Definición de los estratos de turistas nacionales y extranjeros****Tabla 4.2.** Estratos de turistas nacionales y extranjeros

<b>Institución</b>	<b>Turistas Nacionales</b>	<b>Turistas extranjeros</b>	<b>Total</b>
<b>ENFE</b>	85.426	56.950	142376
<b>TOTAL</b>	<b>40248</b>	<b>53352</b>	<b>142376</b>

**Nota:** Recolección de datos a través de la investigación de campo 2016.

**- Factor de estratificación para los turistas nacionales y extranjeros**

$$f = \frac{n}{N} = \frac{199}{142376}$$

$$f = 0,002126$$

**e) División de la muestra para aplicación de las encuestas**

**Tabla 4-3** División de la muestra para la aplicación de las encuestas

<b>Institución</b>	<b>Número de turistas por el factor de estratificación</b>	<b>Número de encuestas a aplicar</b>	<b>Número de turistas Nacionales</b>	<b>Número de turistas Extranjeros</b>
<b>ENFE</b>	142376 *0,002126	199	86	113
<b>Total</b>		199		

**Nota:** Datos obtenidos como resultado de los cálculos aplicados

**f) Técnica de investigación**

La técnica utilizada fue la aplicación de encuestas tanto en inglés como español (Anexo 2 y 3), estas fueron aplicadas en la estación del ferrocarril Riobamba, en un tiempo de dos meses.

**g) Instrumento de investigación**

Se diseñó un cuestionario con trece preguntas en el idioma español e inglés para los turistas nacionales y extranjeros que hacen uso de las rutas: el Tren del Hielo y la Ruta de la Quinua ofertadas por la empresa Nacional de Ferrocarriles del Ecuador en Chimborazo (Anexo 2 y 3)

## **h) Análisis de los resultados del estudio de la demanda**

Se aplicó las encuestas de acuerdo a los resultados obtenidos del cálculo de la muestra, posteriormente se trasladó los resultados a una base de datos creada en Microsoft Excel 2013, para su respectiva tabulación

### **i) Perfil del turista**

Una vez tabulados los datos obtenidos a través de la aplicación de las encuestas se analizó los resultados y se determinó el perfil de los turistas nacionales y extranjeros que utilizaron el servicio del ferrocarril en Riobamba, posteriormente se realizó un resumen donde se obtuvo los gustos y preferencias de los turistas.

### **j) Análisis de la demanda objetivo**

Para el cálculo de la demanda objetiva se basó en tres preguntas del perfil del turista que son: edad, nivel de aceptación del producto y medios de interpretación ofertados, una vez tabuladas y obtenido el porcentaje de cada una se procedió a filtrar cada dato y el resultado obtenido se proyectó para cinco años utilizando la fórmula del interés compuesto:

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

#### **En dónde:**

C<sub>n</sub>: Incremento compuesto

CO: Demanda potencial

n: Años a proyectar

i: Incremento anual del turismo 8%.

Para el incremento anual del turismo se tomó en cuenta los años 2014 = 4,6%, 2015=14% y 2016=6,4 realizando el promedio de los tres años el cual nos dio un resultado del 8%. (Ministerio de Turismo, 2015).

#### **i) Análisis de la demanda frente a la competencia**

Para el análisis de la competencia se tomó en cuenta los lugares dentro del cantón Riobamba, en donde se ofrecen similares productos al que se va a ofertar, obteniendo la demanda insatisfecha para luego calcular la confrontación de la demanda frente a la competencia.

### **3. Para el cumplimiento del tercer objetivo: Realizar el estudio técnico.**

Una vez determinados los aspectos del mercado, se analizó a profundidad los parámetros y juicios técnicos necesarios que determinen como implementar de manera eficiente el proyecto, analizando los siguientes aspectos.

#### **1) Análisis de audiencia.**

Se realizó un análisis de audiencias para conocer los intereses, preferencias y necesidad del visitante, que permitió seleccionar los métodos, programas, tiempos, tópicos y localizaciones más apropiados que ayuden a posicionar el centro de interpretación como un producto único. El análisis de audiencia se realizó junto a la encuesta de estudio de mercado, es decir se trabajó con el mismo número de turistas tanto nacionales como extranjeros según la fórmula de CANAVOS usada anteriormente.

#### **2) Determinación del índice de potencial interpretativo**

Los criterios para identificar el índice de potencial interpretativo de los atractivos turísticos culturales de la parroquia fueron tomados bajo los conceptos por (Morales & Varela, 2003), (Farías, 2004), (Lozano, 2014), los mismos que utilizan los siguientes criterios:

- Adecuación
- Seguridad
- Pertinencia interpretativa
- Facilidad de explicación
- Información disponible
- Afluencia actual
- Estacionalidad
- Accesibilidad
- Resistencia al impacto
- Atractivo
- Singularidad

La condición del índice de potencial interpretativo fue determinada a través del método de evaluaciones sumarias utilizando una escala resumida en el siguiente cuadro:

**Tabla 4.4.** Evaluación del índice de potencial interpretativo

<b>IPI</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>RANGO (1-55)</b>	<b>RANGO (0,01-1,00)</b>	<b>SIGNIFICADO</b>
Bajo (b)	IPI-b	1-11	0,01 - 0,20	Recursos que no cuenta con rasgos para ser interpretado
Medio bajo (mb)	IPI-mb	12-22	0,21 - 0,40	Recursos que cuenta con rasgos insuficientes para ser interpretado
Medio alto (mA)	IPI-mA	23-33	0,41 – 0,60	Recursos que cuenta con rasgos aceptables para ser interpretado
Alto (A)	IPI-A	34-44	0,61 – 0,80	Recursos que cuenta con rasgos adecuados para ser interpretado
Muy Alto (MA)	IPI-MA	45-55	0,81 – 1,00	Recursos que cuenta con rasgos excepcionales para ser interpretado

**Nota:** Rangos para la evaluación del índice de potencial interpretativo

### **3) Diseño y adecuación del centro de interpretación**

#### **a. Emplazamiento**

- **Localización del proyecto.** - en este punto se definió la macrolocalización y la microlocalización del centro de interpretación.

- **Tamaño del proyecto.** -se consideró el número de clientes y el lugar donde se desarrollará el proyecto.

#### **b. Diseño de infraestructura física del centro de interpretación**

- Para el diseño del centro de interpretación se estableció la situación actual donde se pretende implementar el centro.

- Para el diseño arquitectónico de la infraestructura turística se consideró las condiciones y variaciones climáticas y la existencia de riesgos naturales; fomentando prácticas, técnicas, materiales, diseños y costumbres propias de la parroquia, para lo cual se planificó utilizar materiales del sector como, madera, paja, piedra.

- Se diseñaron los planos del centro de interpretación (implantación y fachadas, planta y cortes, instalaciones eléctricas, hidráulicas y sanitarias). (Ver anexo 4)

#### **c. Diseño de medios interpretativos**

○ Se analizaron los planos de la infraestructura y se definieron los ambientes en base a los requerimientos y necesidades.

○ Se diseñaron medios interpretativos adecuados que incentiven a la conservación tomando en cuenta el análisis de audiencia, inventario de recursos a ser interpretados, lo que permitió seleccionar tópicos y temas, además, se estableció la señalética turística a través del diseño de letreros informativos con materiales de madera y paja que identifiquen la existencia del proyecto a los visitantes, tomando en cuenta los lineamientos técnicos establecidos en el

manual de señalización turística del Ministerio de Turismo del Ecuador, 2007 y las condicionantes del visitante según el análisis de mercado.

#### **d. Guión interpretativo**

Se elaboró el guión interpretativo, basados en información recabada sobre los atractivos.

#### **e. Distribución de medios interpretativos**

La distribución de medios en la sala principal del centro de interpretación estará de acuerdo al guión interpretativo diseñado.

#### **f. Programas Interpretativos**

Se realizó 2 programas de acuerdo a la audiencia, una vez seleccionados los medios, los temas deben ser desarrollados de forma clara y sencilla de esta manera el mensaje llegará a la audiencia a través de los medios que han sido seleccionados.

#### **g. Proceso productivo**

Se diseñaron diagramas de flujo para las actividades que se realizarán en el centro de interpretación.

#### **h. Presupuesto para el área productiva**

Se realizó un análisis de todos los requerimientos del área productiva

### **4. Estrategias de difusión y ventas**

Las estrategias de difusión y ventas se establecieron en función de estrategias con instituciones públicas y privadas que estén interesadas en promocionar y visitar el centro.

## **5. Manual de uso de marca**

Se diseñó el logotipo del proyecto, slogan y descripción del mismo que permitan dar identidad al centro.

### **3. Para el cumplimiento del cuarto objetivo: Realizar el estudio ambiental**

Se aplicó el método analítico y descriptivo para determinar los impactos socio – ambientales y culturales que causará el desarrollo del proyecto. Además, se utilizó la matriz de Lázaro Lagos modificada de acuerdo a las necesidades del proyecto.

### **4. Para el cumplimiento del quinto objetivo: Realizar el estudio administrativo - legal**

#### **1. Estudio Administrativo**

Para el estudio administrativo se consideró los siguientes aspectos:

a) Organigrama funcional y estructural: se estableció la forma de organización que va a tener el centro de interpretación, de esta manera se garantizará el excelente funcionamiento.

b) Talento Humano y remuneración económica.

#### **2. Estudio legal**

Para el estudio legal se tomó en cuenta el marco legal regulatorio y normativa necesaria para la instalación del centro de interpretación.

## **6. Para el cumplimiento del sexto objetivo: Realizar el estudio económico**

### **1. Estudio Económico**

El estudio económico se realizó mediante: Activos fijos, diferidos y capital de trabajo, fuentes de financiamiento y uso de fondos - cálculo de depreciación y amortizaciones - presupuesto de costos y gastos, costos e ingresos, estado de resultados, flujo de caja del proyecto.

### **2. Estudio Financiero**

VAN: que nos sirve para determinar la seguridad de que el proyecto genere un flujo de caja.

TIR: con el cual se identificó la rentabilidad del capital investigado.

RBC: que determinó si el proyecto genera una relación de ganancia operativa entre estos dos factores

## V. RESULTADOS

### 1.- Diagnostico de la parroquia Licán

#### a. Componente biofísico

##### - **Relieve**

En la Parroquia de Licán se ha analizado las características del territorio en cuanto a su relieve, es decir, la forma de su superficie que permite, condiciona y en ocasiones amenaza actividades sustentadas en el territorio. Y se ha incorporado las actividades agrarias, pecuarias y coberturas naturales del territorio parroquial, además de las variables a considerar serán las pendientes y altura, así se obtiene el siguiente cuadro de la composición de la geomorfología de la parroquia

**Tabla 5-5.** Relieve de la parroquia Licán

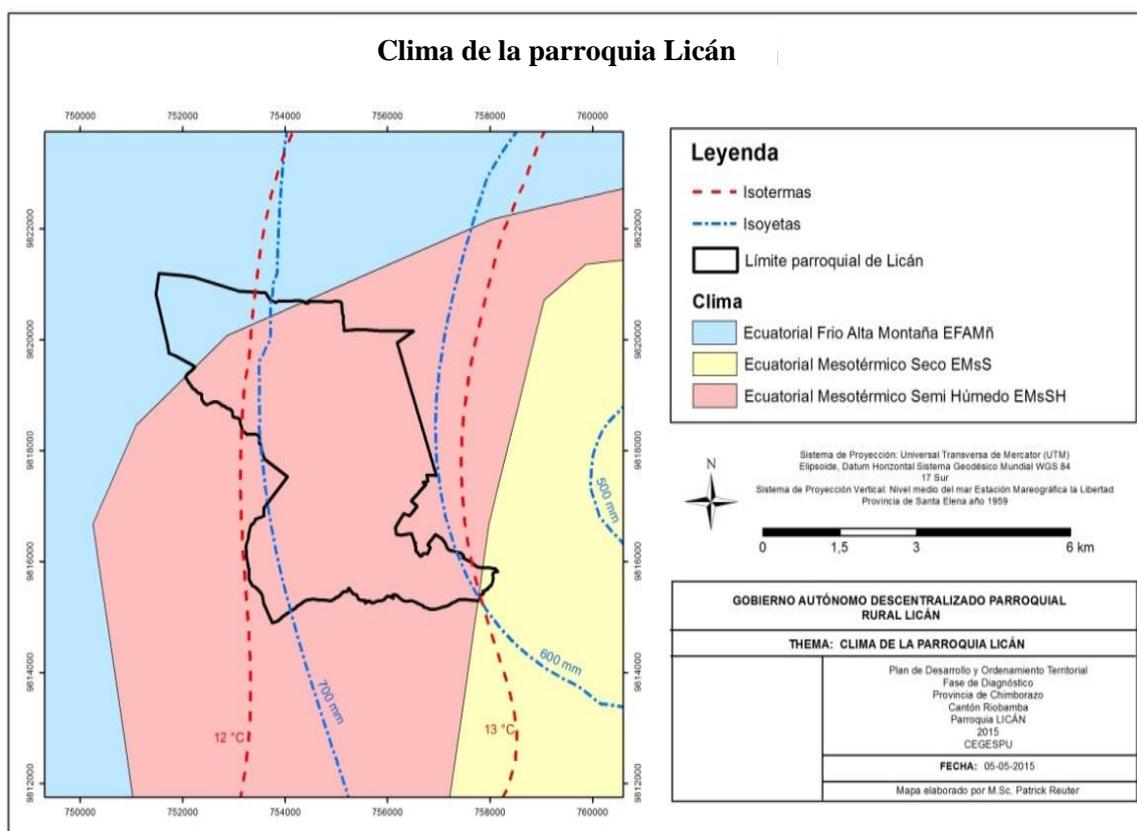
<b>RELIEVE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Colinas	En la parroquia de Licán está compuesto por relieves montañosos, cimas, edificios volcánicos, cuesta, colinas altas. La parroquia tiene una superficie de 1212 ha que corresponde al 58.02% de la extensión de la misma.
Superficies planas	En la parroquia de Licán está compuesto por zonas planas o planicies. La parroquia tiene una superficie de 224 ha que corresponde al 10.72% de la extensión de la misma.
Zonas erosionadas	En la parroquia de Licán está compuesto por zonas erosionadas. La erosión es la degradación y el transporte del suelo o roca que producen distintos procesos en la superficie de la Tierra. La parroquia tiene una superficie de 653 ha que corresponde al 31.28% de la extensión de la misma.

---

**Nota:** Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial, 2015

## - Clima

En la parroquia de Licán de acuerdo a información proporcionada por el Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología (INAMHI), el clima oscila entre 12 a 13 grados centígrados, determinándose tres tipos de climas: meso térmico semihúmedo EMsSH, además de encontrarse climas como ecuatorial meso térmico seco EMsS y ecuatorial frio alta montaña EFAMñ.



**Figura 5-4.** Mapa climático de la parroquia Licán

**Nota:** Gobierno autónomo descentralizado de Licán, 2015

**- Flora**

La tabla 5-6, detalla la flora que existe en la parroquia, su nombre, nombre científico y usos.

**Tabla 5-6.** Flora de la parroquia Licán

<b>NOMBRE</b>	<b>Nombre científico</b>	<b>USO</b>
<b>Eucalipto</b>	<i>Eucalyptus</i>	Industria
<b>Pino</b>	<i>Pinus sylvestris</i>	Industria
<b>Capulí</b>	<i>Prunus salicifolia</i>	Alimentación
<b>Tuna</b>	<i>Opuntia ficus-indica</i>	Alimentación
<b>Chilca</b>	<i>Baccharis salicifolia</i>	Alimentación animales
<b>Arrayan</b>	<i>Luma apiculata</i>	Industria
<b>Ciprés</b>	<i>Cupressus sempervirens</i>	Industria
<b>Nogal</b>	<i>Juglans nigra</i>	Industria
<b>Ruda</b>	<i>Ruta graveolens</i>	Medicina natural
<b>Llantén</b>	<i>Plantago major</i>	Medicina natural
<b>Laurel</b>	<i>Laurus nobilis</i>	Industria textil
<b>Paja</b>	<i>Stipa ichu</i>	Industria
<b>Malva</b>	<i>Malva sylvestris</i>	Industria
<b>Marco</b>	<i>Artemisa vulgaris</i>	Alimentación
<b>Tomate de árbol</b>	<i>Solanum betaceum</i>	Alimentación

**Nota:** Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Licán, 2011

## - Fauna

La fauna presente en la parroquia se la puede observar más en el remanente de páramo que cure una parte del territorio de la parroquia, ya que debido a la urbanidad se han ido desplazando de sitios.

**Tabla 5-7.** Fauna existente en la parroquia Licán

Nombre Vulgar	Nombre Científico	Clase
Zorros	<i>Alopéx culpes</i>	Mamífero
Zorrillo	<i>Alopéx culpes</i>	Mamífero
Chucuri	<i>Culpes</i>	Mamífero
Raposa	<i>Vulpini</i>	Mamífero
Gorrión,	<i>Passer domesticus</i>	Ave
Tórtola	<i>Streptopelia risoria</i>	Ave
Chushi	<i>Desconocido</i>	Ave
Mirlo	<i>Turdidus</i>	Ave
Lagartijas	<i>Lacertaviridis</i>	Saurio
Sapos-Ranas	<i>Bufo</i>	Batracio
Chucurpilla	<i>Desconocido</i>	Ave
Quinde	<i>Desconocido</i>	Ave
Colibríes	<i>Archilochus colubris</i>	Ave
Gavilán	<i>Gypes fulvus</i>	Ave
Perdices		Ave

**Nota:** Información recolectada en la parroquia de Licán

## b. Componente Socio- Cultural

### 1. Migración

Los problemas de migración en la parroquia se dan a causa, principalmente de la falta de fuentes de trabajo; las ciudades elegidas a donde migran los habitantes son las ciudades de Quito y Guayaquil por las oportunidades y ofertas laborales que estas ofrecen, en otros casos el proceso migratorio se

da fuera del país a lugares como: España, Italia, Estados Unidos y Alemania todos en busca de mejorar su calidad de vida.

## **2. Organización social**

En la parroquia de Licán se encuentran instituciones públicas como el Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial, Tenencia Política y Registro Civil, los barrios se encuentran organizados por sus respectivas directivas. En la comunidad de Cunduana, barrio central y San José de Macají existen organizaciones de mujeres que poseen microempresas de especies menores destinados a la comercialización.

## **3. Características culturales**

La aculturación ha sido un problema latente en todos los sectores del país, por esta razón los habitantes de la parroquia son conscientes de la importancia de rescatar, preservar y conservar su identidad, por eso es importante resaltar la actividad que se realiza en los talleres de fundición de bronce y la extracción de cal, que han logrado mantenerse de generación en generación.

Según la información recolectada, se pudo identificar que la población se ha dejado influencias por patrones occidentales que han provocado que los habitantes adopten costumbres y tradiciones ajenas a la de su cultura.

En lo referente a la gastronomía, la alimentación se basa en el consumo diario de hortalizas, legumbres, harinas para sopas y coladas de dulce, cuando celebran alguna fiesta preparan papas con cuy, caldo de gallina, hornado con mote, papas con salsa de maní, la tradicional chicha y además dulce de higos y buñuelos.

En cuanto a las tradiciones que se conservan actualmente en Licán, los bautizos son celebrados únicamente los días domingos donde asisten los padrinos, amigos y familiares, después se dirigen a la casa de los padres donde brindan comida típica.

### **a) Prácticas productivas ancestrales**

Los pobladores de la parroquia coinciden en que las prácticas ancestrales que se han mantenido de generación en generación son la minga y el prestamos a continuación se detalla cada una de las prácticas:

#### **- La minga**

La mayor parte de los asentamientos humanos realizan esta práctica, la misma que se ha mantenido de generación en generación, esta actividad se la hace comúnmente para limpieza de vías, senderos, arreglos y mantenimiento en los sistemas de agua, igualmente se la hace en obras de interés común, la finalidad es que todos los moradores participen, en su mayoría los que acuden a este tipo de actividad son los jefes de familia, otras personas contratan peones para que les represente, por lo general se recurre al pago de multas por no acudir a la minga; como es común en nuestra sociedad y principalmente cuando existen mingas es necesario organizarse y formar comisiones, la persona que más representatividad tiene deberá estar coordinando la actividad, mientras que otras comisiones se encargarán de proporcionar bebidas y la preparación de alimentos.

#### **- Presta manos**

En la parroquia todavía se mantiene el presta mano; este tipo de actividad es evidente en labores agrícolas, la cual es importante porque agiliza el avance del trabajo de las diferentes actividades; además, las personas se dan la mano cuando se trata de la construcción de viviendas o cosechas. Las personas son solidarias esa es la razón que los familiares, vecinos y comuneros se prestan la mano, cuando se trata de un bien social, lo esencial de esta práctica es que no es remunerada económicamente si no es devuelta con trabajo.

#### **. Bienes patrimoniales de la parroquia**

El listado que a continuación se presenta fue recuperado de los datos disponibles en el Sistema de Información para la Gestión de Bienes Culturales (SIPCE), de la página web del Instituto Nacional

de Patrimonio Cultural los mismos que están registrados por el valor cultural y material que estos poseen.

La tabla 5-8, muestra los bienes muebles que se encuentran en la parroquia.

**Tabla 5-8.** Bienes muebles de la parroquia

FOTOGRAFÍA	TIPO DE BIEN	TEMA	SIGLO/ AÑO	TECNICAS
	ESCULTURA	SAN PEDRO	XVIII	TALLA, POLICROMADO, ENCARNE MATE
	ESCULTURA	VIRGEN INMACULADA	XVIII	TALLA, POLICROMADA, ENCARNE MATE, OJOS DE VIDRIO
	ESCULTURA	TRÁNSITO DE LA VIRGEN	XVIII	TALLA, ENCARNADA, OJOS DE VIDRIO

FOTOGRAFÍA	TIPO DE BIEN	TEMA	SIGLO/ AÑO	TECNICAS
	ESCULTURA	SANTA ROSA DE LIMA	XVIII	TALLA, POLICROMADA, ENCARNE MATE
	ESCULTURA	SANTO	XVIII	TALLADO, ENCARNADA, OJOS DE VIDRIO
	ESCULTURA	VIRGEN MARÍA	XVIII	TALLA, POLICROMADA, ENCARNE BRILLANTE, OJOS DE VIDRIO, ESTOFADO
	ESCULTURA	NIÑO	XVIII	TALLADO, ENCARNE BRILLANTE, OJOS DE VIDRIO

FOTOGRAFÍA	TIPO DE BIEN	TEMA	SIGLO/ AÑO	TECNICAS
	ESCULTURA	SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS	XX	TALLA POLICROMADO, ENCARNE MATE, OJOS DE VIDRIO.
	ESCULTURA	SANTA	XVIII	TALLA, POLICROMADA, OJOS DE VIDRIO, ENCARNE MATE, GOZNES
	ESCULTURA	CRUCIFIJO	XVIII	TALLA, POLICROMADO, ENCARNE BRILLANTE, OJOS DE VIDRIO
	ESCULTURA	VIRGEN DOLOROSA	XX	TALLA, POLICROMADA, ENCARNE BRILLANTE, OJOS DE VIDRIO

FOTOGRAFÍA	TIPO DE BIEN	TEMA	SIGLO/ AÑO	TECNICAS
	ESCULTURA	SAN ANTONIO	XVIII	TALLA, POLICROMADO, ENCARNE MATE, OJOS DE VIDRIO, ESTOFADO
	ESCULTURA	SAN ISIDRO LABRADOR	XVIII	TALLA, POLICROMADO
	ESCULTURA	VIRGEN DOLOROSA	XX	TALLA, POLICROMADA, ENCARNE BRILLANTE, OJOS DE VIDRIO
	ESCULTURA	SAN JUAN BAUTISTA	XVIII	TALLA, POLICROMADA, ENCARNE BRILLANTE, OJOS DE VIDRIO, GOZNES

FOTOGRAFÍA	TIPO DE BIEN	TEMA	SIGLO/ AÑO	TECNICAS
	ESCULTURA	CRISTO AGÓNICO	XVIII	TALLA, ENCARNE BRILLANTE, OJOS DE VIDRIO, GOZNES
	ESCULTURA	VIRGEN DE LOS DOLORES	XVIII	TALLADO, ENCARNE MATE, POLICROMADA, OJOS DE VIDRIO, GOZNES
	ESCULTURA	SAN JOSÉ		TALLA, POLICROMADA, ENCARNE BRILLANTE, OJOS DE VIDRIO
	ESCULTURA	SAN PEDRO DE ALCÁNTARA	XVIII	TALLA, ENCARNE BRILLANTE, POLICROMADA, OJOS DE VIDRIO

FOTOGRAFÍA	TIPO DE BIEN	TEMA	SIGLO/ AÑO	TECNICAS
	ESCULTURA	SAN MIGUEL ARCÁNGEL	XVIII	TALLADO, POLICROMADO, ENCARNE MATE, OJOS DE VIDRIO
	ORFEBRERÍA	CÁLIZ	XX	PLATA, LAMINADO, DORADO
	ORFEBRERÍA	CORONA	XVIII	PLATA REPUJADO, CALADO
	OR FEBRERÍA	CRISMERO	XVIII	PLATA, VACIADO, GRABADO

	ORFEBRERÍA	POTENCIAS	XX	PLATA, FUNDIDA
	ORFEBRERÍA	AUREOLA	XVIII	CALADO, GRABADO, REPUJADO – PLATA
	ORFEBRERÍA	BANDEJA DE VINAJERAS	XVIII	PLATA, SOBREDORADA, LAMINADA
	ORFEBRERÍA	PORTA VIÁTICOS	1923	PLATA REPUJADA MOLDEADA, GRABADO
	ORFEBRERÍA	AUREOLA	XVIII	REPUJADO, CALADO PLATA

FOTOGRAFÍA	TIPO DE BIEN	TEMA	SIGLO/ AÑO	TECNICAS
	ORFEBRERÍA	INCENSARIO	XVIII	REPUJADO, CALADO, GRABADO - PLATA
	ORFEBRERÍA	COPÓN	1923	ORO MOLDEADO, GRABADO
	ORFEBRERÍA	POTENCIAS	XVIII	FUNDIDO EN PLATA
	ORFEBRERÍA	POTENCIAS	XVIII	FUNDIDO EN PLATA, REPUJADA
	ORFEBRERÍA	CRISMERO	XVIII	PLATA, VACIADO, GRABADO

FOTOGRAFÍA	TIPO DE BIEN	TEMA	SIGLO/ AÑO	TECNICAS
	ORFEBRERÍA	VINAJERA	XVIII	PLATA, FUNDIDO, SOBREDORADO
	ORFEBRERÍA	AUREOLA	XVIII	CALADO, GRABADO, REPUJADO – PLATA
	ORFEBRERÍA	PORTA VIÁTICOS	XVIII	PLATA SOBREDORADA, VACIADO, SOLDADO
	ORFEBRERÍA	CRUZ PROCESIONAL	1912	PLATA LAMINADA, CALADO, GRABADO

FOTOGRAFÍA	TIPO DE BIEN	TEMA	SIGLO/ AÑO	TECNICAS
	ORFEBRERÍA	COPÓN	XX	PLATA MOLDEADO, REPUJADO, BAÑO DORADO
	ORFEBRERÍA	INCENSARIO	XVIII	REPUJADO, CALADO, GRABADO - PLATA
	ORFEBRERÍA	CORONA	XVIII	PLATA REPUJADO, CALADO
	ORFEBRERÍA	ESPADA	XVIII	PLATA, REPUJADA, TORNEADA, CINCELADO

FOTOGRAFÍA	TIPO DE BIEN	TEMA	SIGLO/ AÑO	TECNICAS
	ORFEBRERÍA	POTENCIAS	XVIII	FUNDIDO EN PLATA
	METALURGIA	CAMPANA	XX	BRONCE FUNDIDO
	METALURGIA	CAMPANA	XVIII	BRONCE FUNDIDO
	METALURGIA	CAMPANA	XX	FUNDIDO EN BRONCE
	TEXTIL	ESTOLA	XVIII	COSIDO, BORDADO

FOTOGRAFÍA	TIPO DE BIEN	TEMA	SIGLO/ AÑO	TECNICAS
	TEXTIL	CASULLA	XVIII	COSIDO, BORDADO
	PIEDRA	PILA BAUTISMAL	XX	TALLADO EN PIEDRA
	PIEDRA	PILA BAUTISMAL	XX	TALLADO EN PIEDRA
	PIEDRA	PILA BAUTISMAL	XVIII	TALLADO EN PIEDRA

FOTOGRAFÍA	TIPO DE BIEN	TEMA	SIGLO/ AÑO	TECNICAS
	PIEDRA	FIGURAS	XVII	TALLADO
	PIEDRA	FIGURAS	XVII	TALLADO EN PIEDRA
	PIEDRA	CANDELABRO	XVIII	TALLADO
	PIEDRA	BASE DE PILAR	XX	TALLADO EN PIEDRA

FOTOGRAFÍA	TIPO DE BIEN	TEMA	SIGLO/ AÑO	TECNICAS
	PIEDRA	SAN PEDRO DE LICÁN	XVIII	TALLA, POLICROMADA
	PIEDRA	PIEDRA DECORATIVA	XX	TALLADO EN PIEDRA
	PIEDRA	BASE DE PILAR	XX	TALLADO EN PIEDRA

FOTOGRAFÍA	TIPO DE BIEN	TEMA	SIGLO/ AÑO	TECNICAS
	PIEDRA	BASE DE PILASTRA	XX	TALLADO EN PIEDRA
	PIEDRA	LLAVES	XX	TALLADO EN PIEDRA
	PIEDRA	BASE DE PILA	XX	TALLADO EN PIEDRA
	PINTURA	LAS ALMAS DEL PURGATORIO	XVIII	PINTURA SOBRE OLEO

FOTOGRAFÍA	TIPO DE BIEN	TEMA	SIGLO/ AÑO	TECNICAS
	PINTURA	MARÍA MAGDALENA	XVIII	PINTURA EN OLEO
	PINTURA	VIRGEN CON EL NIÑO	XVIII	PINTURA SOBRE ÓLEO
	RETABLO	RETABLO	XX	TALLA, ENSAMBLADO
	RETABLO	RETABLO	XX	TALLADO, ENSAMBLADO

FOTOGRAFÍA	TIPO DE BIEN	TEMA	SIGLO/ AÑO	TECNICAS
	RETABLO	RETABLO	1958	TALLADO Y EMSAMBLADO
	CARPINTERÍA	URNA	XX	TALLADO, CALADO
	CARPINTERÍA	CARPINTERÍA	XIX-XX	TALLADO Y CALADO EN MADERA
	MOBILIARIO	CRUZ LATINA	1935	ENSAMBLE, POLICROMADA

**Nota:** Información extraída del ábaco del INPC, recuperado en junio del 2016.

### **3. Componente asentamientos humanos**

#### **a) Población total**

En la parroquia de Licán en base al censo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010 en la parroquia existe 7963 habitantes, de acuerdo a las proyecciones efectuadas en la población para el año 2015 en la Parroquia de Licán existirán 8815 habitantes y para el 2020 serán 9314 habitantes.

La tabla 5-9, indica las proyecciones de la población hasta el año 2020

**Tabla 5-9.** Proyecciones de la parroquia Licán

<b>PROYECCIONES DE LA PARROQUIA LICÁN</b>						
<b>PARROQUIAS</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>	<b>AÑO 2019</b>	<b>AÑO 2020</b>
CHIMBORAZO	501584	506325	510935	515417	519777	524004
LICAN	8815	8920	9022	9122	9219	9314

**Nota:** Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Licán, 2015

#### **b. Seguridad**

La parroquia Licán está organizada a través de brigadas de seguridad comunal en casi todas las comunidades, existe un Unidad de Policía Comunitaria en el Barrio 24 de Mayo cabe mencionar que este UPC es compartido con la ciudad de Riobamba (barrio 24 de mayo), trabajando en la prevención de cualquier contravención o delito por parte de cualquier ciudadano.

#### **c. Servicios básicos**

Según la información obtenida en la junta parroquial de Licán, la parroquia cuenta con los siguientes servicios básicos:

- Agua potable
- Servicio Eléctrico
- Eliminación de basura
- Servicio de alcantarillado.

Los ramales de las tuberías que conducen este líquido llegan a todos los barrios, las comunidades tienen su propio sistema de agua y no reciben agua potable de la cabecera parroquial, uno de los requerimientos prioritarios es el mejoramiento del sistema de potabilización, a continuación, se detalla los horarios en que los barrios reciben el líquido vital.

La tabla 5-10, recopila los horarios en los que el servicio de agua potable llega a cada uno de los barrios de la parroquia.

**Tabla 5-10.** Horarios del servicio de agua potable.

Horario	Sector
06 am-08am, 12pm-15pm, 18pm-22pm	ALBORADA DE LICAN
06 am-08am, 12pm-15pm, 18pm-22pm	COLONIAS DEL EDEN
06 am-08am, 12pm-15pm, 18pm-22pm	COLINAS DEL SUR
06 am-08am, 12pm-15pm, 18pm-22pm	CORONA REAL
06 am-08am, 12pm-15pm, 18pm-22pm	VILLA LA UNION
06 am-08am, 12pm-15pm, 18pm-22pm	DURAZNOPAMBA
06 am-08am, 12pm-15pm, 18pm-22pm	INDEPENDIENTE
06 am-08am, 12pm-15pm, 18pm-22pm	LA FLORIDA
06 am-08am, 12pm-15pm, 18pm-22pm	LICAN CASTAÑEDA
06 am-08am, 12pm-15pm, 18pm-22pm	LICAN CENTRAL
06 am-08am, 12pm-15pm, 18pm-22pm	LUCERITO
06 am-08am, 12pm-15pm, 18pm-22pm	BARRIO MANZANAPAMBA
06 am-08am, 12pm-15pm, 18pm-22pm	PRIMERO DE MAYO
06 am-08am, 12pm-15pm, 18pm-22pm	SAN PEDRO DE MACAJI
06 am-08am, 12pm-15pm, 18pm-22pm	SANTA ROSA
06 am-08am, 12pm-15pm, 18pm-22pm	VIDA NUEVA
06 am-08am, 12pm-15pm, 18pm-22pm	VISTA HERMOSA
06 am-08am, 12pm-15pm, 18pm-22pm	EL RECREO
No reciben agua potable de la cabecera parroquial	CUNDUANA, SAN FRANCISCO DE MACAJI, SAN JOSE DE MACAJÍ

**Nota:** Horarios en los que el agua potable llega a los diferentes barrios de la parroquia, excepto a las tres comunidades donde no reciben el servicio. Datos obtenidos en investigación de campo.

#### d. Servicio eléctrico

La red de energía eléctrica está distribuida por toda la parroquia, a pesar de la dispersión existente de las viviendas en algunos sectores de la localidad, aun así, existe un pequeño porcentaje de familias, casas abandonadas o que son visitadas ocasionalmente que no cuentan con este servicio.

La tabla 5-11, recopila los porcentajes de cobertura del servicio eléctrico en la parroquia.

**Tabla 5-11.** Cobertura de servicio eléctrico en la parroquia.

Sector	Porcentaje de cobertura
Parroquia Licán	97%
Familias, casas abandonadas	3%
<b>Total, de cobertura</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Porcentaje de cobertura del servicio eléctrico en la parroquia Licán

#### e. Eliminación de basura

La parroquia cuenta con el servicio de un recolector de basura el cual acude para transportar todos los desechos hacia un basurero general, en determinados horarios a la semana, pero a pesar de que existe el servicio de recolección de basura las personas de este sector la eliminan de varias maneras, se pudo observar que algunas personas aún continúan con la quema de basura, otros aun la arrojan hacia las quebradas o terrenos baldíos.

#### f. Salud

La parroquia de Licán cuenta con un Subcentro de Salud del Ministerio de Salud Pública (MSP), Área N.1 Riobamba-Chambo, fue fundado en noviembre del 2008, este Subcentro da atención en medicina general, odontología, laboratorio y enfermería de 8 am a 16:30 pm, en el barrio 24 de mayo (Sector el estadio). Como unidad de referencia está el Hospital Provincial General Docente a donde se les envía a los pacientes que requieren tratamiento especializado o de hospitalización.

### g. Nivel de educación

Como todos sabemos la educación es un pilar fundamental en el desarrollo humano y colectivo dentro de la sociedad actual. La parroquia Licán cuenta con centros educativos que se mencionan en la tabla 5-12:

**Tabla 5-12.** Nivel de educación en la parroquia

Institución	Tipo de Institución	Nivel de formación ofertado	Jornada
Vicente Rocafuerte	Fiscal	Básica Primaria	Matutina
Simón Rodríguez	Fiscal	Básica	Matutina
Capitán Edmundo Chiriboga	Fiscal	Básica Primaria	Matutina
Doctor Hugo Moreno	Fiscal	Primaria	Matutina

**Nota:** Nombres de instituciones de nivel primario que funcionan y aportan al desarrollo de la parroquia.

## 4. Componente Económico – Productivo

En la parroquia de Licán existe 3097 habitantes que se encuentran registrados en la población económicamente activa de los cuales el 57,31% son hombres y el 42,69% son mujeres en edad productiva (de 15 a 65 años).

### a. Producción agrícola

La producción agrícola en la parroquia es realizada para consumo interno, una parte de los productos cosechados son vendidos en mercados locales, la problemática que se presenta en la parroquia es que no cuentan con un sistema adecuado de riego, las tierras se encuentran erosionadas en varios sectores, dificultando las siembras en gran proporción y sometiéndolos a conseguir las verduras, vegetales, frutas y granos en los diferentes mercados de la ciudad de Riobamba.

**Tabla 5-13.** Producción de la parroquia Licán

CULTIVO	%	%para semilla	Comercialización	Mercado
Alfalfa	8,5%			Riobamba
Brócoli	8,5%	62,25	29,25%	Riobamba
Maíz	8,5%			Riobamba

**Nota:** En la parroquia de Licán, de la producción de los rubros principales: Alfalfa, brócoli y maíz, el 8,5% es destinado al autoconsumo, en tanto que el 29,25% es destinado a la comercialización y el 62,25% es destinado para semilla.

#### **b. Elaboración de artesanías mediante la fundición de bronce**

Estas actividades son tradicionales en cinco familias de la parroquia y se puede manifestar que están entre las más importantes del sector ya que generan ingresos y empleos para varias familias, convirtiendo incluso este trabajo en hereditario. Esto se lo puede encontrar en el Barrio La Florida. Esta actividad corresponde al 0.12% de la población

#### **c. Elaboración de cal**

Estas actividades se mantienen a pesar del tiempo y son hereditarias, mayormente se puede encontrar estos hornos en el barrio La Florida; Corona Real, Primero de mayo y en San José de Macají, sin embargo, esta es una actividad que poco a poco se va perdiendo con el pasar de los años.

#### **d. Elaboración de adoquines**

En el mes de julio del 2010 el Gobierno Autónomo Descentralizado de Chimborazo donó una máquina de elaboración de adoquines a los habitantes; es así que esta se encuentra fabricando adoquines para los distintos barrios de la parroquia, para el trabajo en esta máquina trabaja un técnico encargado y seis personas más, enviadas por distintos barrios para la elaboración de este material, la producción diaria de adoquines es de 1000. Al terminar la elaboración y secado completo de los adoquines, el barrio y sus moradores hacen mingas comunitarias y se dedican a colocar el adoquín en sus respectivas calles.

**e. Producción ganadera**

La crianza de todo tipo de ganado vacuno lo realizan en algunos barrios del sector cada propietario posee de 3 hasta 30 cabezas de ganado existiendo en el sector aproximadamente de 200 a 300 cabezas de ganado esto corresponde al 3.77 % de la población.

**f. Comercialización de leche**

Existen varias personas que se dedican a la comercialización de leche, en algunas haciendas de la parroquia, sin embargo, en su mayoría es para el autoconsumo, sin embargo, esta no es una potencialidad de la parroquia ya que la mayoría de la población consume leche envasada.

**g. Crianza de especies menores**

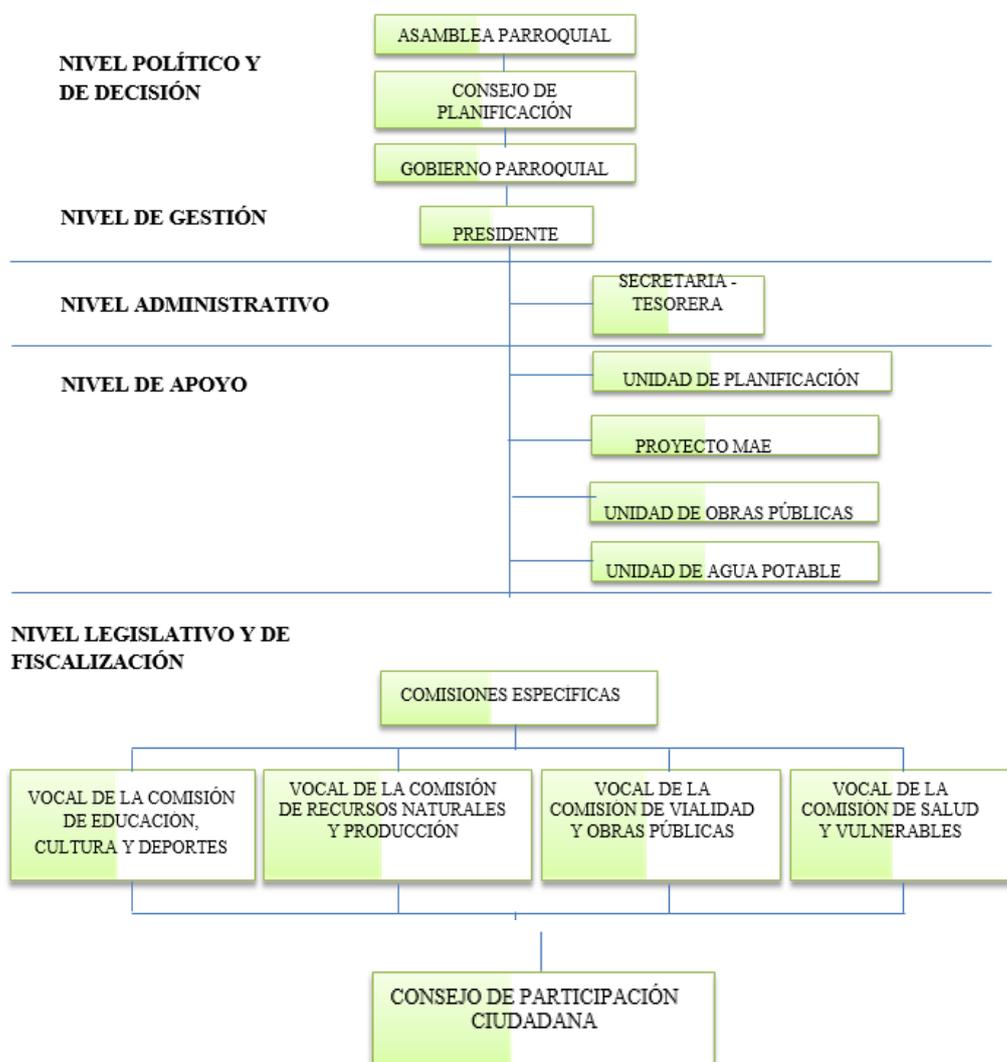
Esta actividad la realizan varias personas, ya que se cuenta con suficiente espacio físico para hacerlo, es así que en todos los barrios existe la crianza de especies menores, en su mayoría es para el autoconsumo, las especies que comúnmente se crían son las siguientes (cuyes conejos, gallinas, patos, pavos, gansos, etc.).

**h. Actividades varias**

Las personas de esta parroquia realizan también varias actividades en la ciudad de Riobamba y en otros lugares del país, entre las principales actividades se puede mencionar que existen: maestros constructores y ayudantes a este oficio, a la cual se dedican gran parte de hombres de este sector, también hay empleados de empresas privadas y públicas, personas que trabajan en algún tipo de transporte de servicio público o privado, existiendo en el lugar varios socios de cooperativas de taxis pertenecientes a la ciudad de Riobamba. y a la cooperativa de taxis A Licán cooperativa de camionetas de carga y de cooperativas de buses de transporte urbano e interprovincial. Además de esto un gran porcentaje de licaneños desempeña su trabajo en mecánicas industriales, automotriz, artesanales, eléctrica.

## 5. Componente Político - administrativo

La parroquia Licán se encuentra administrada de la siguiente manera:



**Figura 5-5.** Administración de la parroquia Licán. la parroquia Licán cuenta con la junta parroquial como principal representante administrativo, si embargo en los barrios también cuentan con sus representantes divididos en presidente, secretario (a) y tesorero (a).

**Nota:** GAD parroquial de Licán

### a. Transporte

La parroquia cuenta con el servicio de transporte urbano hacia la cabecera parroquial desde hace años atrás, en la actualidad son las líneas 4, 5 y 6, que realiza el recorrido desde el sector permitiendo a las personas trasladarse con facilidad hacia la ciudad de Riobamba. Además, hay una línea de busetas escolares que funciona a partir de las 19:30 hasta las 22:30 llevando pasajeros desde la Plaza de toros de Riobamba hasta la cabecera parroquial. Sin embargo, en algunos sectores aledaños a la parroquia no cuentan con este servicio y si lo tienen no satisface la necesidad de sus moradores.

La tabla 5-12, menciona a las compañías de buses urbanos que prestan el servicio en la parroquia:

**Tabla 5-14.** Servicio Urbano en la parroquia

<b>Compañía de buses</b>	<b>Horario</b>
Compañía el Prado	06 am- 20pm
Compañía el Sagrario	06 am- 20pm
Compañía Liribamba	06 am- 20pm
Compañía Ecoturisa	06 am- 20pm

**Nota:** horarios en los que las compañías de buses urbanos del cantón prestan el servicio de transporte

### b. Vialidad

La cabecera parroquial cuenta con una vía de acceso principal asfaltada la cual se encuentra en excelentes condiciones, esta va desde el centro parroquial hasta diferentes barrios También cuenta con vías de acceso secundarias que comunican entre sí a la parroquia, dentro de la parroquia existen varias vías que permite comunicarse entre los diferentes barrios,

### c. Telefonía

En la cabecera parroquial cuenta con las principales operadoras de telefonía fija y móvil del país las mismas que permiten y facilita la comunicación de los habitantes, es importante decir que en el resto del territorio la cobertura sigue siendo limitada lo que ocasiona molestias.

La tabla 5-13, muestra el porcentaje de cobertura que tienen las operadoras de telefonía fija y móvil en la parroquia.

**Tabla 5-15.** Empresas de telefonía móvil presentes en la parroquia

<b>Empresa de telefonía celular</b>	<b>% de cobertura</b>
CNT (telefonía fija)	88%
Claro	95%
Movistar	90%

**Nota:** Porcentaje de cobertura de telefonía móvil y fija ofertada por las principales empresas en el país

## B. ESTUDIO DE MERCADO

### 1. Análisis de la oferta

La parroquia Licán se encuentra a 6km del centro de la ciudad de Riobamba, presenta atractivos naturales y culturales los mismos que se encuentran cercanos o en los alrededores de la cabecera parroquial, sus costumbres y tradiciones se encuentran presentes y muy arraigadas a sus habitantes lo que se puede tomar como un recurso potencial en la parroquia.

En la parroquia los lugares más visitados son los talleres de fundición de bronce y a pesar de la corta distancia que existe entre la parroquia y la ciudad de Riobamba es evidente la poca afluencia de turistas, por esa razón se pretende trabajar en el fortalecimiento de las actividades turísticas a través de emprendimientos y oportunidades que permitan mejorar la calidad de vida de la población.

#### a) Oferta actual

##### - Atractivos turísticos

La parroquia Licán cuenta con atractivos naturales y culturales que pueden ser aprovechados para la actividad turística:

##### - Atractivos naturales de la parroquia Licán

**Tabla 5-16.** Atractivos naturales de la parroquia

Atractivos Naturales					
N°	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1	Colina Cushcud	Sitio natural	Montaña	Colinas	I
2	Monte el Calvario	Sitio natural	Montaña	Colinas	I
3	Colina Itshubi	Sitio natural	Montaña	Colinas	I

**Nota:** Levantamiento de información de campo

### - Atractivos culturales de la parroquia Licán

**Tabla 5-17.** Atractivos culturales de la parroquia.

N°	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1	Iglesia Matriz	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura religiosa	III
2	Iglesia san José de Cunduana	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura religiosa	II
3	Hacienda Armenia	La Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	II
4	Talleres de fundición de Bronce de la familia Orozco	Manifestaciones Culturales	Etnografías	Artesanías en metales	III
5	Iglesia San Francisco de Macají	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II
6	Festividades del niño Rey de Reyes	Manifestaciones Culturales	festividades	Fiestas y ceremonias religiosas	III

**Nota:** Trabajo de campo 2016.

Una vez realizado la evaluación de los atractivos turísticos existentes en la parroquia Licán se determinó que la misma no cuenta con atractivos naturales con las características suficientes para atraer la atención del turista dada su jerarquía, por esta razón se aprovechará el paso del ferrocarril y los atractivos culturales con los que cuenta la localidad para crear un producto turístico bajo la tipología centro de interpretación que brindará servicios de información, orientación y educación a los turistas nacionales y extranjeros que hacen uso de este medio mejorando el proceso de la actividad turística y creando en la parroquia una alternativa de desarrollo para dinamizar su economía.

## **2. Análisis de la planta turística**

### **a) Servicios turísticos presentes en la parroquia**

Actualmente la parroquia solo cuenta con un restaurant- marisquería registrado en el catastro turístico del cantón Riobamba el mismo que ofrece el servicio de alimentación entre los platos que ofrece se encuentran: encebollados, camarones apanados, cangrejos, seviches de camarón, concha, entre otros, además, de ofrecer almuerzos ejecutivos, los precios varían de acuerdo al plato y estos fluctúan entre 3,00 y 15 dólares.

Su capacidad de instalada es de 12 mesas y 48 sillas.

### **b) Oferta turística complementaria**

La parroquia no se ha desarrollado turísticamente, por lo que la actividad turística es incipiente razón por la cual se complementará con la oferta turística registrada en el cantón Riobamba, hasta que la misma actividad logre alcanzar el desarrollo dentro del mercado turístico, por esta razón la planta turística del cantón se convierte en el complemento para la oferta de un centro de interpretación, a continuación, se describe la oferta del cantón.

### **c) Establecimientos turísticos catastrados**

Actualmente en el cantón se encuentran funcionando legalmente 458 prestadores de servicios turísticos.

#### **1) Operadoras**

El registro de agencias de viajes y operadoras suman un total de 27 establecimientos representando un 5% del catastro total.

## 2) Alojamiento

El registro de prestadores de servicios de alojamiento suma un total de 96 empresas, representando el 21% del catastro total, los mismos que están distribuidos de la siguiente manera:

**Tabla 5-18.** Servicio de alojamiento en el cantón Riobamba

Servicio	Tipo de establecimiento	Número	Categoría		
			Primera	Segunda	Tercera
Alojamiento	Hostales	45	8	11	26
	Hoteles	15	7	5	3
	Pensiones	6	0	2	4
	Hosterías	6	4	2	0
	Moteles	8	0	3	5
	Hostales residenciales	20	0	3	17

**Nota:** Registro de establecimientos que ofrecen servicios de alojamiento en el cantón Riobamba.

## 3) Alimentos y bebidas



El registro de establecimientos de alimentos y bebidas suman un total de 302 que representan el 66 % del catastro y se encuentran distribuidos en:

**Tabla 5-19.** Servicios de alimentos y bebidas en el cantón Riobamba

Servicio	Establecimiento	Número	Categoría			
			Primera	Segunda	tercera	Cuarta
Alimentos y bebidas	Bares	47	2	0	15	0
	Fuentes de soda	36	2	4	30	0
	Cafeterías	18	0	5	12	1
	Restaurantes	201	3	28	105	65

**Nota:** Registro de establecimientos que ofrecen servicios de alimentación y bebidas en el cantón Riobamba y que están registrados dentro del catastro turístico.

#### **4) Centros de entretenimiento**

El catastro turístico de la ciudad cuenta en su registro con 25 centros de entretenimiento que representa el 5% del total del registro, todos estos garantizan el sano esparcimiento de sus visitantes.

#### **e) Superestructura turística**

En la parroquia Licán diversas instituciones y organizaciones tanto públicas y privadas que se constituyen los actores locales directamente relacionados con el desarrollo turístico de la parroquia.

En el ámbito turístico y ambiental se encuentran:

- Gobernación de Chimborazo
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Chimborazo
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chimborazo
- Consorcio de Gobiernos Parroquiales Rurales de Chimborazo
- Gobierno Parroquial Rural de Licán
- Instituciones de educación y formación profesional como son la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH).
- Ministerio del Ambiente

## 2. Análisis de la demanda

### a. Turistas nacionales

Aplicadas y tabuladas las encuestas a los turistas nacionales, se obtuvieron los siguientes resultados:

#### 1. Edad de los turistas nacionales

**Tabla 5-20.** Rango de edades turistas nacionales

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
15- 25 Años	24	28%
26- 35 Años	18	21%
36-45 Años	28	33%
46-55 Años	3	3%
56-65 Años	13	15%
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Encuestas aplicadas a turistas nacionales

La edad de los turistas nacionales oscila entre los 36 a 45 años que representa el 33% de los encuestados, seguidos por los de 15 a 25 años que representan el 28%, con un porcentaje del 21% encontramos a los turistas con edades de 26 a 35 años, los de 56 a 65 años representan el 15% y por último tenemos a los de menor incidencia que son los de 46 a 55 años, representando el 3%. Es decir, los turistas nacionales son personas mayores por lo que los medios interpretativos estarán diseñados para este rango de edades.

## 2. Género de los turistas

**Tabla 5-21.** Género de los turistas nacionales

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	47	55%
Femenino	39	45%
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas nacionales encuestados

El 55% corresponde al género masculino y el 45% al género femenino, estos resultados van acorde con el diseño del producto ya que este consta de actividades diseñados para hombres y mujeres.

## 3. Nivel de estudios

**Tabla 5-22.** Nivel de estudios turistas nacionales

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Primario	8	9%
Secundario	28	32%
Superior	35	40%
Otros	17	19%
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas nacionales encuestados

El 40% poseen un nivel de instrucción superior, seguido por el nivel secundario con el 32%, otros con el 19%, por último, tenemos al nivel primario con el 9% respectivamente. Es decir que los turistas nacionales son un público preparado orientándonos a que los medios interpretativos deben contener información clara y precisa sobre los atractivos.

#### 4. Procedencia de los turistas

**Tabla 5-23.** Procedencia turistas nacionales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Macas	4	5%
Ibarra	2	2%
Quito	9	10%
Guaranda	3	3%
Manta	14	16%
Esmeraldas	6	7%
Milagro	12	14%
Bucay	12	14%
Latacunga	3	3%
Guayaquil	23	26%
Total		100%

**Nota:** Turistas nacionales encuestados

De acuerdo a los resultados arrojados tenemos que el 26% de los encuestados provienen de la ciudad de Guayaquil, luego tenemos a la ciudad de Manta con un 16%, el 14% de los encuestados llegan desde Bucay y Milagro, el 10% pertenecen a la ciudad de Quito, Esmeraldas con el 7%, Macas con el 5%, el 3% las ciudades de Latacunga y Guaranda con igual porcentaje de visitas y por ultimo con el 2% tenemos a la ciudad de Ibarra, lo que nos da a conocer que nuestro producto debe ser publicitado en las ciudades de la región costa, ya que de esta región proviene la mayor afluencia de turistas.

## 5. Forma de viaje:

**Tabla 5-24.** Forma de viaje

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Amigos	26	29%
Familia	34	39%
Pareja	20	23%
Otros	8	9%
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas nacionales encuestados

El 39% viaja con la familia, el 29% lo hace con amigos, el 23% lo hace en pareja, el 9% lo hace por motivos diferente a los establecidos en la encuesta, lo que quiere decir que los turistas nacionales viajan en familia, por lo que la información expuesta en el centro de interpretación no solo debe ser clara y precisa sino también

## 6. Conocimiento sobre los atractivos existentes

**Tabla 5-25.** Conocimiento sobre los atractivos existentes

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	6	6%
No	82	94%
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas nacionales encuestados

El 94% no conoce los atractivos de la parroquia, y apenas el 6%, si conocen los atractivos de la parroquia. Es decir que los turistas nacionales no tienen conocimiento sobre los atractivos culturales con los que cuenta la parroquia, por eso los medios de interpretación deben estar diseñados de forma que los turistas puedan conocer los atractivos sin la necesidad de salir del centro de interpretación.

## 7. Interés por visitar el centro de interpretación

**Tabla. 5- 26.** Interés por visitar el centro

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	82	94%
No	6	6%
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas nacionales encuestados

Al 94% les gustaría visitar el centro de interpretación y al 6% no les interesaría visitar el C.I. es decir que existe buena aceptación por parte de los turistas nacionales para la creación del centro.

## 8. Temas a exponer.

**Tabla 5-27. Temas a exponer**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Costumbres ancestrales	12	14%
Artesanías de Bronce	25	28%
Historia de la parroquia	5	6%
flora y fauna	7	8%
Iglesia de San Pedro	17	19%
Festividades tradicionales	22	25%
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas nacionales encuestados

Aplicada la encuesta a los turistas nacionales tenemos que al 28% les gustaría que se muestre las artesanías de bronce, el 25% eligió la opción de las festividades tradicionales, el 19% optó por la iglesia de San Pedro, el 14% por las costumbres ancestrales, el 6% quisiera que se muestre la historia de la parroquia y apenas con el 8% eligió la flora y la fauna. Lo que quiere decir que los medios interpretativos deberán contener información sobre la fundición de bronce, las festividades tradicionales, la iglesia de San Pedro y las costumbres ancestrales que posee la parroquia.

## 9. El centro de interpretación como parada necesaria.

**Tabla 5-28. C.I como parada necesaria**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentajes</b>
Si	82	93%
No	6	7%
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas nacionales encuestado.

Al 93% les gustaría que el centro de interpretación sea parada obligatoria del ferrocarril, en cambio al 7% restante no le gustaría esta opción. Lo que indica que el centro de interpretación debe ser tomado en el momento de ofertar la ruta de la quinua por parte de ferrocarriles del Ecuador.

## 10. Guianza por una persona del lugar

**Tabla 5-29. Guianza por una persona del lugar**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	78	89%
No	10	11%
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas nacionales encuestados

Al 89% de los encuestados les gustaría que la Guianza en el centro de interpretación estuviera dirigida por una persona del lugar, en cambio al 11% restante les gustaría que la persona no fuera del lugar donde se va a construir el C.I. Lo que quiere decir que se debe capacitar a una persona de la parroquia sobre temas de guianza y atención al turista.

## 11. Disposición de tiempo para visitar el centro

**Tabla 5-30.** Tiempo de duración de la vista al C.I

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
30 -45 minutos	43	49%
46 minutos - 1h	27	31%
más de 1 hora	18	20%
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>0%</b>

**Nota:** Turistas nacionales encuestados

El 49% de los encuestados destinaria 30 a 45 minutos para la visita del centro de interpretación, el 31% de 46 a 1 hora, por último, tenemos a quienes estarían dispuestos a destinar más de una hora de su tiempo para la visita representados con el 20%. Lo que quiere decir que el recorrido debe ser interesante y dinámico y que dure aproximadamente cuarenta y cinco minutos.

## 12. Gasto por visita

**Tabla 5-31.** Gasto por visita

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
2,00 a 3,00 dólares	42	33%
3,01 a 4,00 dólares	29	48%
más de 4,01	17	19%
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100</b>

**Nota:** Turistas nacionales encuestados

El 48% estarían dispuestos a pagar de 2 a 3 dólares por la visita al centro de interpretación, el 33% pagaría entre 3,01 a 4,00, y por último tenemos al 19% que pagaría más de 4,01 dólares. Lo que indica que la entrada para los turistas nacionales podrá ser de tres dólares, niños y tercera edad un dólar con cincuenta centavos respectivamente.

### 13. Preferencia por medios de comunicación

**Tabla 5-32.** Medios de comunicación

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Internet	51	58%
Radio	8	9%
Afiches	14	16%
Televisión	6	7%
Revistas/ Periódicos regionales	9	10%
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas nacionales encuestados

EL 58% utiliza el internet como principal medio de comunicación, seguido por los folletos con el 16%, el 10% corresponde a revistas y periódicos, el 9% lo hacen por la radio y apenas el 7 % lo hacen por televisión. Lo que indica que se deberá trabajar en el diseño de medios relacionados con el internet y afiches, para la publicidad y promoción del centro.

#### **b. Perfil del turista nacional**

Los turistas nacionales que hacen uso del servicio del ferrocarril en el cantón Riobamba, se encuentran en edades 36 a 45 años en un 33%, de estos el 55 % pertenecen al género masculino, y con la mínima diferencia tenemos al género femenino con el 45%, de estos el 26% provienen de la ciudad de Guayaquil y de Manta con el 16%.

El 40% de los encuestados tienen un nivel superior de estudio, prefieren viajar en familia y con amigos, se interesan por conocer algo nuevo e innovador razón por la cual al 94% de los encuestados les gustaría visitar el centro de interpretación en la parroquia Licán donde se muestre las artesanías de bronce en un 28%, festividades tradicionales el 25%, la reconocida iglesia de San Pedro el 19% y sus costumbres ancestrales un 14%, también podemos ver que a las personas encuestadas les gustaría que el centro de interpretación en Licán sea una parada necesaria de la ruta del ferrocarril, el tiempo que estarían dispuestos a invertir en la visita sería de 30 a 45 minutos , con un gasto de 2 a 3 dólares americanos por la visita al centro de interpretación, los turistas nacionales utilizan como principal medio de comunicación el internet que representa el 58% y el 16% que lo hace a través de folletos

c. **Turistas extranjeros.**

**14. Edades turistas extranjeros**

**Tabla 5-33.** Rango de edades turistas extranjeros

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
15- 25 Años	8	6%
26- 35 Años	29	22%
36-45 Años	42	31%
46-55 Años	21	16%
56-65 Años	33	25%
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas extranjeros encuestados

Los turistas extranjeros que visitan la provincia se encuentran en edades 36 a 45 años con el 31%, seguidos por el 25% que se encuentran en edades de 56 a 65 años, con menor incidencia tenemos a los turistas en edades de 26 a 35 años que representan el 22%, luego tenemos el 16% que representan los turistas en edades de 46 a 55 años, por último, el 6% corresponde a edades de 15 a 25 años. Es decir que la mayor parte de turistas extranjeros son adultos. Esto quiere decir que los turistas extranjeros son personas adultas.

**15. Género**

**Tabla 5-34.** Género de los turistas extranjeros

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	76	57%
Femenino	57	43%
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas extranjeros encuestados

El 57% pertenecen al género masculino, y el 43% corresponde al género femenino respectivamente. es decir que la mayoría de turistas extranjeros son hombres.

## 16. Nivel de estudios

**Tabla 5-35.** Nivel de estudio

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Primario	9	7%
Secundario	58	44%
Superior	43	32%
Otros	23	17%
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Nivel de estudio de los turistas extranjeros encuestados

El 44% de los turistas extranjeros encuestados han estudiado el nivel secundario de educación, el 32% han estudiado el nivel superior, el 17 % han estudiado otros niveles diferentes a los establecidos en la encuesta, el 7% solo han estudiado el nivel primario. Es decir que los turistas extranjeros son público preparado, razón por la cual los medios interpretativos estarán diseñados con información clara y oportuna.

## 17. País de procedencia

**Tabla 5-36.** País de procedencia

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Estados Unidos	42	32%
Italia	5	4%
Alemania	16	12%
Canadá	10	7%
Chile	12	9%
Colombia	17	13%
España	5	4%
Argentina	11	8%
Venezuela	15	12%
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas encuestados

Los datos obtenidos dicen que el 32% de los encuestados provienen de los Estados Unidos, le sigue Colombia con el 13%, posteriormente tenemos a Venezuela y Alemania con el 12%, luego viene Chile con el 9%, Argentina con el 8%, Canadá con el 7%, los registros más bajos provienen de España e Italia con el 4%, es decir que la promoción del centro se debe enfocar principalmente en los Estados Unidos.

## 18. Forma de viaje

**Tabla 5-37.** Con quien viaja

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Amigos	43	32%
Familia	12	9%
Pareja	52	39%
Otros	26	20%
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas extranjeros encuestados

De los turistas extranjeros encuestados tenemos que el 39 % lo hace en pareja, el 32% lo hace con amigos, el 20 % eligió la opción otros y el 9% lo hace en familia. Esto quiere decir que los turistas extranjeros prefieren viajar en pareja y con amigos respectivamente.

## 19. Conocimiento sobre los atractivos existentes

**Tabla 5-38.** Conocimiento sobre los atractivos existentes

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	0	0%
No	133	100%
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas encuestados

El 100% de los turistas encuestados no conocen los atractivos que posee la parroquia, esto quiere decir que la información en el centro debe ser clara y oportuna de manera que los turistas conozcan los atractivos sin la necesidad de salir del centro.

## 20. Conocimiento sobre lo que es un centro de interpretación.

**Tabla 5-39.** Conocen lo que es un centro de interpretación

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	133	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas encuestados

Del total de turistas extranjeros, el 100%, conoce y se informó lo que es un centro de interpretación, ya que la encuesta estaba diseñada para informar sobre el tema.

## 21. Interés por visitar un Centro de Interpretación

**Tabla 5-40.** Aceptación por visitar de un C.I

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	127	92%
No	6	8%
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>100%</b>

**Nota:** turistas encuestados

Al 92% de los turistas encuestados les gustaría conocer el centro de interpretación y al 8% solamente no le gustaría visitarlo. Lo que quiere decir

## 22. El centro de interpretación como parada necesaria

**Tabla 5-41. Centro de interpretación como parada necesaria**

Variable	Frecuencia	Porcentajes
Si	126	95%
No	7	5%
Total	133	100%

**Nota:** El centro de interpretación como parada obligatoria del centro de interpretación

Aplicada la pregunta tenemos que al 95% de los encuestados les gustaría que el centro de interpretación sea una parada necesaria del ferrocarril, al 5% restante no le gustaría que sea una parada obligatoria. Lo que indica que se debe proponer al centro de interpretación como opción necesaria de visita en los paquetes que ofrece la empresa de ferrocarriles del Ecuador.

## 23. Guianza realizada por una persona del lugar

**Tabla 5-42. Guianza realizada por una persona del lugar**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	109	82%
No	24	18%
Total	133	100%

**Nota:** Guianza realizada por una persona del lugar

De los turistas encuestados el 82% optó porque la persona que los guíe en el centro de interpretación sea una persona propia de la parroquia, en cambio al 18% no le gustaría que una persona del lugar los guíe. Lo que indica que se debe contratar a una persona del lugar y capacitarla sobre técnicas de guiar, inglés y atención al cliente.

## 24. Disposición de tiempo para la visitación del C.I

**Tabla 5-43.** Tiempo destinado para la visita

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
30 -45 minutos	52	
46 minutos- 1h	63	
más de 1 hora	18	
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas extranjeros encuestados

Aplicada la pregunta tenemos que el 47% de los turistas extranjeros estarían dispuestos a visitar el centro de interpretación en un rango de tiempo de 46 minutos a una hora, el 39% lo haría por un tiempo estimado de 30 a 45 minutos, por último, tenemos que al 14% de los turistas les gustaría que la visita fuese por más de una hora. Lo que indica que se debe trabajar para que el recorrido dure una hora aproximadamente

## 25. Gasto por vista al centro de interpretación.

**Tabla 5-44.** Gasto por visita

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
1 a 2 dólares	37	27%
2,01 a 3,00 dólares	68	51%
más de 3,01	29	22%
<b>Total</b>	<b>134</b>	<b>100</b>

**Nota:** Gasto por actividades turistas extranjeros encuestados

De los turistas extranjeros encuestados el 51% optó por pagar de 2,01 a 3,00, al 27% estaría dispuesto a gastar de 1 a 2 dólares, por último, tenemos al 22% que gastaría más de 3 dólares. Lo que indica que los precios de la entrada deben ser de tres dólares, niños y adultos mayores la mitad, es decir, un dólar con cincuenta centavos.

## 26. Medios de comunicación utilizados

**Tabla 5-45.** Medios de comunicación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Internet	61	46%
Radio	0	0%
Afiches	23	21%
Televisión	21	16%
Revistas/ Periódicos	28	17%
Total	133	100%

Nota: Medios de comunicación turistas encuestados

Los medios de comunicación utilizados por los turistas extranjeros son: con el 46% el internet, el 21% lo hacen a través de folletos, el 17% lo hacen por periódicos y apenas el 16% utiliza la televisión para informarse. Lo que indica que la promoción del centro se debe realizar a través del internet, folletos y revistas.

### c. Perfil del turista extranjero

Los turistas extranjeros que visitan la Provincia de Chimborazo son hombres y mujeres en edades de 36 a 45 años (33%), 15 a 25 años (28%), provenientes de países como EE. UU (32%), su nivel de estudios es secundario (44%), de estos al 39% viaja en pareja, seguidos muy de cerca el 32% que lo hacen con amigos, al 92% les interesaría visitar el centro de interpretación, los temas que les gustaría que se muestre en los medios interpretativos son: artesanías de bronce (32%), festividades tradicionales (21%), costumbres ancestrales (20%) , al 95% les gustaría disfrutar del centro de interpretación como parte de la ruta del ferrocarril, el tiempo que les gustaría que dure la visita es de 46 minutos a una hora (49%), con un gasto de 2,01 a 3,00 dólares, su principal medio de comunicación es el internet con un 46 %, seguido por los afiches con el 21%.

#### d. Demanda actual

La demanda turística actual de la parroquia Licán es de 142376. La tasa de incremento usada fue del 8% tal como lo indica el MINTUR para el año 2015 y la proyección es para 5 años.

#### 1. Demanda Futura

**Tabla 5-46. Demanda futura**

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>
<b>2016</b>	142376
<b>2017</b>	162309
<b>2018</b>	185032
<b>2019</b>	210936
<b>2020</b>	240467

**Nota:** proyección de la demanda para 5 años

#### a) Análisis de la demanda Potencial

**Tabla 5-47. Demanda potencial**

<b>Año</b>	<b>Universo</b>	<b>Nivel de aceptación</b>	<b>Demanda Actual</b>	<b>Turistas</b>
<b>2016</b>	142376	<b>94%</b>	133833	Nacionales y extranjeros

**Nota:** análisis de la demanda potencial, año 2015

**b) Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera para los próximos cinco años.**

**Tabla 5-48.** Proyección demanda potencial nacional y extranjera

<b>AÑO</b>	<b>Demanda Nacional y extranjera</b>
<b>2016</b>	133833
<b>2017</b>	152570
<b>2018</b>	173930
<b>2019</b>	198280
<b>2020</b>	226039

**Nota:** Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera para 5 años.

**c) Análisis de la competencia**

Para el análisis de la competencia se tomó como zona de influencia al cantón Riobamba, por esta razón se tomó en cuenta los principales museos y centros de interpretación que ofertan similares productos.

**1. Competidores de turismo**

**Tabla. 5-49.** Competidores

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Clientes (año)</b>	<b>Tipo de turismo</b>
Museo Córdova Román	Juan de Velasco entre Veloz y Orozco	220	Emisor y receptor
Palacio Real	Calpi	455	Turismo cultural
Museo de las Conceptas	Larrea y Argentinos	973	Turismo religioso
Centro de Interpretación  CORTUCH	Canónigo Ramos y Miguel A. Jijón / Cdal. Los Álamos	554	Turismo cultural

**Nota:** Trabajo de campo

**Realizado por:** Paola Granizo

### e. Análisis de la competencia

**Tabla 5-50.** Análisis de la competencia

<b>Agencia u operadora</b>	<b>Turistas anuales</b>
Museo Córdova Román	220
Museo Palacio Real	455
Museo de las Conceptas	973
Centro de Interpretación CORTUCH	554
<b>TOTAL</b>	<b>2202</b>

**Nota:** Trabajo de campo

### f. Proyección de la competencia

**Tabla 5-51.** Proyección de la competencia

<b>Año</b>	<b>Competencia</b>
<b>2016</b>	2202
<b>2017</b>	2510
<b>2018</b>	2862
<b>2019</b>	2675
<b>2020</b>	2854

**Nota:** Trabajo de campo

### g. Análisis de la demanda frente a la oferta

**Tabla 5-53.** Demanda frente a la oferta

Año	Demanda	Competencia	Demanda insatisfecha
2016	133833	2202	131631
2017	152570	2510	150060
2018	173930	2862	171068
2019	198280	2675	195605
2020	226039	2854	223185

**Nota:** trabajo de campo

Según el análisis realizado de la demanda frente a la oferta se obtuvo que para el 2016 se tendrá una demanda de 133833 turistas entre nacionales y extranjeros, para el 2021 se tendrá una demanda insatisfecha de 283394.

### h. Demanda Objetivo

La demanda objetivo que pretende captar anualmente es el 2 % de los visitantes en una etapa inicial, es decir que para el año 2017 se tendrá una demanda de 2625.

**Tabla 5-54.** Demanda objetivo

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva (1%)
2016	131631	1316
2017	150060	1501
2018	171068	1711
2019	195605	1956
2020	223185	2232

**Nota:** Trabajo de campo

## D. ESTUDIO TÉCNICO PRODUCTIVO

### a) Análisis de audiencia

Para el análisis de audiencia se realizaron tres preguntas concretas al mismo número de turistas nacionales y extranjeros que participaron en el estudio de mercado. A continuación, se presenta el resultado de las preguntas realizadas:

#### - Turistas nacionales

##### 1. Conocimiento sobre lo que es un centro de interpretación

**Tabla 5-55.** Conocimiento sobre lo que es un centro de interpretación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	88	100%
No	0	0
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas nacionales encuestados

Del total de los turistas nacionales encuestados el 100% conoce lo que es un centro de interpretación, ya que la encuesta fue diseñada de forma que los turistas tengan información sobre lo que es un centro de información.

## 2. Preferencia por medios de interpretación

**Tabla 5-56.** Medios de interpretación

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Murales	24	27%
paneles interpretativos	32	36%
Medios audiovisuales	13	15%
Maquetas	19	22%
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas nacionales encuestados

Del total de turistas nacionales encuestados, al 36% les gustaría que en el centro de interpretación se utilice paneles interpretativos, al 27% le gustaría los murales, al 22% las maquetas y al 15% le gustaría que la información se exponga a través de medios audiovisuales, lo que indica que se deberá diseñar paneles interpretativos, murales y maquetas respectivamente para llamar la atención de los turistas.

## 3. Temas a exponer

**Tabla 5-57.** Temas a exponer.

<b>Variable</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentaje</b>
Costumbres ancestrales	12	14%
Artesanías de Bronce	25	28%
Historia de la parroquia	5	6%
Flora y fauna	7	8%
Iglesia de San Pedro	17	19%
Festividades tradicionales	22	25%
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas nacionales encuestados

Al 28% de los turistas nacionales les gustaría que en el centro de interpretación se muestre las artesanías de bronce, el 25% eligió las festividades tradicionales, el 14% optó por las costumbres ancestrales, al 19% la iglesia de San Pedro, el 8 y 6 % eligió la flora y fauna e historia de la parroquia respectivamente. Lo que quiere decir que la información debe estar relacionada con, fundición de bronce, festividades tradicionales y costumbres ancestrales.

### b) Perfil del turista nacional con respecto al análisis de audiencia

Del total de los turistas nacionales encuestados el 100% conoce lo que es un centro de interpretación, de estos al 36% les gustaría que en el centro de interpretación se utilice paneles interpretativos, al 27% le gustaría los murales, al 22% las maquetas, lo que indica que el centro de interpretación debe estar equipado con estos medios interpretativos, los temas que más les interesaría que se exponga en dichos medios es con el 32% las artesanías de bronce, e 21% eligió las festividades, el 20% optó por las costumbres tradicionales, lo que quiere decir que la información debe estar relacionada con, fundición de bronce, festividades tradicionales y costumbres ancestrales.

### c). Turistas extranjeros

#### 4. Conocimiento sobre lo que es un centro de interpretación.

**Tabla 5-58.** Conocen lo que es un centro de interpretación

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	133	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas encuestados

Del total de turistas extranjeros, el 100%, conoce y se informó lo que es un centro de interpretación, ya que la encuesta estaba diseñada para informar sobre el tema.

## 5. Tipos de medios de interpretación

**Tabla 5-59.** Tipos de medios de interpretación

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Murales	52	39%
paneles interpretativos	31	23%
Medios audiovisuales	19	14%
Maquetas	31	24%
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Turistas encuestados

Del 100% de turistas extranjeros encuestados, al 39% le gustaría que la información se exponga en murales, al 24% le gustaría los paneles interpretativos y al 23% le gustaría las maquetas, y apenas al 14% le gustaría q se exponga a través de medios audiovisuales. Lo que indica que se debe exponer la información en murales, paneles interpretativos y maquetas.

## 6. Medios de interpretación a utilizar

**Tabla 5-60.** Medios de interpretación

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Costumbres ancestrales	27	20%
Artesanías de Bronce	42	32%
Historia de la parroquia	11	8%
Flora y fauna	12	9%
Iglesia de San Pedro	13	10%
Festividades tradicionales	28	21%
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Medios de interpretación utilizados por los turistas encuestados

Al 32% de los turistas extranjeros les gustaría que en el centro de interpretación se muestre las artesanías de bronce, e 21% eligió las festividades tradicionales, el 20% optó por las costumbres tradicionales, al 10% la iglesia de San Pedro, el 9 y 8 % eligió la flora y fauna e historia de la parroquia respectivamente.

#### **d) Perfil del turista extranjero con respecto al análisis de audiencia**

Del total de turistas extranjeros, el 100%, conoce lo que es un centro de interpretación, de estos al 39% le gustaría que la información se exponga en murales, al 24% le gustaría los paneles interpretativos y al 23% le gustaría las maquetas, y apenas al 14% le gustaría q se exponga a través de medios audiovisuales indicándonos que el centro debe equiparse con este tipo de medios, y los temas que les gustaría que se expongan, al 32% artesanías de bronce son, el 21% eligió las festividades tradicionales, el 20% optó por las costumbres ancestrales, al 10% la iglesia de San Pedro, el 9 y 8 % eligió la flora y fauna e historia de la parroquia respectivamente.

#### **2) Determinación del índice de potencial interpretativo**

Los resultados del índice de potencial interpretativo de los atractivos culturales de la parroquia se representan en cuadros valorativos acompañados de un análisis cuali-cuantitativo.

## a) Atractivo iglesia matriz San Pedro de Macají

Tabla 5-61. IPI iglesia San Pedro de Macají

ATRACTIVO	PARAMETRO IPI	PUNTUACIÓN
<b>Iglesia Matriz San Pedro de Macají</b>	Singularidad	2
	Atractivo	3
	Resistencia al impacto	4
	Accesibilidad	4
	Estacionalidad	5
	Afluencia actual	4
	Información disponible	4
	Facilidad de explicación	4
	Pertinencia interpretativa	5
	Seguridad	4
	Adecuación	3
	<b>Sumatoria</b>	<b>42</b>
	<b>Rango</b>	<b>78</b>
	<b>Condición</b>	<b>ALTA</b>

Nota: Trabajo de campo



**Figura 5-7.** IPI iglesia San pedro de Macají

**Nota:** Trabajo de campo

De acuerdo a los parámetros propuestos por Morales, Varela y Farías (2003), este recurso cultural interpretativo tiene un IPI normalizado de 0,78 en la escala se ubica en una condición alta lo cual significa “Recursos que cuenta con rasgos adecuados para ser interpretado “se valoriza así por las siguientes características:

La Iglesia es uno de los principales iconos religiosos de la parroquia, fue construida en el año de 1681 de estilo europeo ya que posee una cúpula y grandes pilares en su fachada presenta arcos de medio punto. La iglesia se encuentra conservada, pero ha tenido algunas modificaciones en su parte posterior al ser ampliada para mayor capacidad, la afluencia de turistas y católicos se da la mayor parte los fines de semana, la información disponible es regular, existe escasa señalética, al atractivo se puede llegar en vehículo o caminando, el atractivo puede ser explicado en términos de fácil entendimiento, no presenta riesgos para los turistas durante la visitación.

## b) Atractivo hacienda la Armenia

Tabla 5-62. IPI Hacienda la Armenia

ATRACTIVO	PARAMETRO IPI	PUNTUACIÓN
<b>Hacienda La Armenia</b>	Singularidad	3
	Atractivo	3
	Resistencia al impacto	3
	Accesibilidad	4
	Estacionalidad	4
	Afluencia actual	3
	Información disponible	3
	Facilidad de explicación	4
	Pertinencia interpretativa	5
	Seguridad	4
	Adecuación	4
	<b>Sumatoria</b>	<b>40</b>
	<b>Rango</b>	<b>72</b>
	<b>Condición</b>	<b>ALTA</b>

**Nota:** Trabajo de campo



**Figura 5-8.** IPI Hacienda la Armenia

**Nota:** Trabajo de campo

De acuerdo a los parámetros propuestos por Morales, Varela y Farías (2003), este recurso cultural interpretativo tiene un IPI normalizado de 0,72 en la escala se ubica en una condición alta lo cual significa “Recursos que cuenta con rasgos adecuados para ser interpretado “se valoriza así por las siguientes características:

Las ruinas de la hacienda La Armenia, son una de las principales construcciones antiguas de la parroquia, construida en 1962, representaba el auge agrícola no solo de la parroquia sino también de Riobamba, desde ahí se comercializaba la gran parte de los productos agrícolas, la mala administración y la división de terrenos ha hecho que con el pasar de los años la infraestructura quede abandonada, solamente sus fértiles terrenos aún siguen produciendo productos agrícolas.

Las ruinas de la hacienda se encuentran poco conservadas debido al abandono, la afluencia de turistas da la mayor parte los fines de semana atraídos por su historia y como complemento pueden adquirir los productos agrícolas que ahí se producen, la información disponible es regular, existe escasa señalética, al atractivo se puede llegar en vehículo o caminando, el atractivo puede ser explicado en términos de fácil entendimiento, no presenta riesgos para los turistas durante la visitación, sin embargo deben tener cuidado con los sembríos.

## c. Talleres de fundición de Bronce de la familia Orozco

Tabla 5-63. IPI Talleres de fundición de Bronce

ATRACTIVO	PARAMETRO IPI	PUNTUACIÓN
<b>Talleres de fundición de Bronce de la familia Orozco</b>	Singularidad	4
	Atractivo	4
	Resistencia al impacto	4
	Accesibilidad	5
	Estacionalidad	4
	Afluencia actual	4
	Información disponible	4
	Facilidad de explicación	5
	Pertinencia interpretativa	5
	Seguridad	4
	Adecuación	5
	<b>Sumatoria</b>	<b>48</b>
	<b>Rango</b>	<b>84</b>
<b>Condición</b>	<b>MUY ALTA</b>	

Nota: Trabajo de campo



**Figura 5-9.** IPI iglesia San pedro de Macají

**Nota:** Trabajo de campo

De acuerdo a los parámetros propuestos por Morales, Varela y Farías (2003), este recurso cultural interpretativo tiene un IPI normalizado de 0,84 en la escala se ubica en una condición alta lo cual significa “Recursos que cuenta con rasgos excepcionales para ser interpretado” se valoriza así por las siguientes características:

Los talleres de bronce, representan la principal atracción con la que cuenta la parroquia, los turistas llegan a observar todo el proceso de fundición y transformación del bronce en artesanías y/o objetos de usos múltiples, este atractivo cultural no ha sido lo suficientemente valorizado, ya que este trabajo es hereditario, es decir, se ha traspasado de generación en generación por eso es necesario que a través de la interpretación se ponga en valor este importante recurso.

Los talleres, se encuentran conservados con todos sus rasgos y materiales tradicionales, la afluencia de turistas es alta, se da todos los días de la semana, atraídos por lo complejo del trabajo de fundición, la información disponible es buena, existe escasa señalética, al atractivo se puede llegar en vehículo o caminando, el atractivo puede ser explicado en términos de fácil entendimiento, no presenta riesgos para los turistas durante la visitación, sin embargo se debe tomar precauciones al momento de estar cerca a los hornos de fundición.

## c) Atractivo Iglesia san José de Cundwana

Tabla 5-64. IPI iglesia San Pedro de Macají

ATRACTIVO	PARAMETRO IPI	PUNTUACIÓN
Iglesia san José de Cundwana	Singularidad	3
	Atractivo	3
	Resistencia al impacto	3
	Accesibilidad	4
	Estacionalidad	3
	Afluencia actual	4
	Información disponible	2
	Facilidad de explicación	4
	Pertinencia interpretativa	3
	Seguridad	4
	Adecuación	5
	<b>Sumatoria</b>	<b>38</b>
	<b>Rango</b>	<b>65</b>
	<b>Condición</b>	<b>ALTA</b>

Nota: Trabajo de campo



**Figura 5-10.** IPI iglesia San José de Cunduana

**Nota:** Trabajo de campo

De acuerdo a los parámetros propuestos por Morales, Varela y Farías (2003), este recurso cultural interpretativo tiene un IPI normalizado de 0,65 en la escala se ubica en una condición alta lo cual significa “Recursos que cuenta con rasgos adecuados para ser interpretado” se valoriza así por las siguientes características:

La iglesia de Cunduana representa la religiosidad de los habitantes, representa su principal icono religioso, su construcción está de acuerdo a la modernidad, sin embargo, sus pintorescos rasgos estructurales llaman la atención del turista.

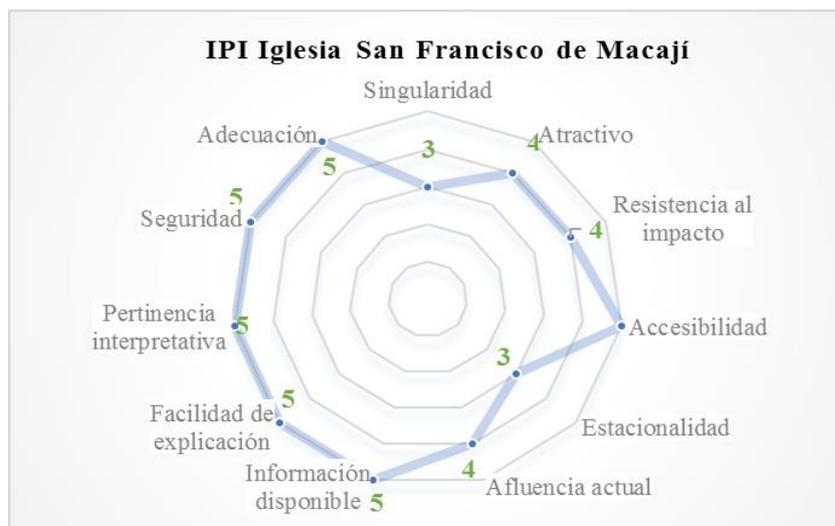
La iglesia, se encuentra conservada con todos sus rasgos y materiales modernos, la afluencia de turistas es baja, se da solamente los fines de semana, atraídos por su fe y por lo pintoresco del barrio, la información disponible es regular, existe escasa señalética, al atractivo se puede llegar en vehículo o caminando, el atractivo puede ser explicado en términos de fácil entendimiento, no presenta riesgos para los turistas durante la visitación.

## d) Atractivo San Francisco de Macají

Tabla 5-65. IPI iglesia San Pedro de Macají

ATRACTIVO		PARAMETRO IPI	PUNTUACIÓN
Iglesia Francisco de Macají	San	Singularidad	3
		Atractivo	2
		Resistencia al impacto	3
		Accesibilidad	3
		Estacionalidad	3
		Afluencia actual	2
		Información disponible	2
		Facilidad de explicación	4
		Pertinencia interpretativa	3
		Seguridad	3
		Adecuación	4
		<b>Sumatoria</b>	<b>32</b>
		<b>Rango</b>	<b>59</b>
<b>Condición</b>	<b>Medio Alto</b>		

Nota: Trabajo de campo



**Figura 5-11.** IPI iglesia San pedro de Macají

**Nota:** Trabajo de campo

De acuerdo a los parámetros propuestos por Morales, Varela y Farías (2003), este recurso cultural interpretativo tiene un IPI normalizado de 0,59 en la escala se ubica en una condición alta lo cual significa “Recurso que cuenta con rasgos adecuados para ser interpretado” se valoriza así por las siguientes características:

La iglesia de San Francisco de Macají representa la religiosidad de los habitantes, representa su principal icono religioso, su construcción está de acuerdo a la modernidad y al entorno natural del barrio donde está ubicado, es su ubicación en la montaña llama la atención del turista.

La iglesia, se encuentra conservada con todos sus rasgos y materiales modernos, la afluencia de turistas es baja, se da solamente los fines de semana y esporádicamente lo hacen entre semana, atraídos por su fe y por el sitio donde está construida, la información disponible es regular, existe escasa señalética, al atractivo se puede llegar en vehículo, el atractivo puede ser explicado en términos de fácil entendimiento, no presenta riesgos para los turistas durante la visitación.

e) **Atractivo Festividades del niño Rey de Reyes****Tabla 5- 66.** IPI Festividades del Niño Rey de Reyes

<b>ATRACTIVO</b>	<b>PARAMETRO IPI</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>
<b>Festividades del niño Rey de Reyes</b>	Singularidad	3
	Atractivo	4
	Resistencia al impacto	4
	Accesibilidad	5
	Estacionalidad	3
	Afluencia actual	4
	Información disponible	5
	Facilidad de explicación	5
	Pertinencia interpretativa	5
	Seguridad	5
	Adecuación	5
	<b>Sumatoria</b>	<b>48</b>
	<b>Rango</b>	<b>84</b>
	<b>Condición</b>	<b>MUY ALTA</b>

**Nota:** Trabajo de campo



**Figura 5-12.** IPI iglesia San pedro de Macají

**Nota:** Trabajo de campo

De acuerdo a los parámetros propuestos por Morales, Varela y Farías (2003), este recurso cultural interpretativo tiene un IPI normalizado de 0,84 en la escala se ubica en una condición alta lo cual significa “Recursos que cuenta con rasgos excepcionales para ser interpretado” se valoriza así por las siguientes características:

Las festividades del Niño Rey de Reyes es una de las festividades más llamativas de la parroquia, se celebra el 6 de enero de cada año, con un sinnúmero de comparsas que se presentan a lo largo del recorrido en el tradicional pase del niño representa no solo la religiosidad de los habitantes, sino también representa los rasgos culturales transmitido de generación en generación.

Las festividades año a año se fortalecen como un atractivo importante de la zona. Sus rasgos culturales están conservados, la afluencia de turistas es alta, se da solamente una vez al, atraídos por su fe y por la forma de celebración de esta fecha, la información disponible es regular, existe escasa señalética, el atractivo puede ser explicado en términos de fácil entendimiento, no presenta riesgos para los turistas durante la visitación.

## 1) Diseño y adecuación del centro de interpretación.

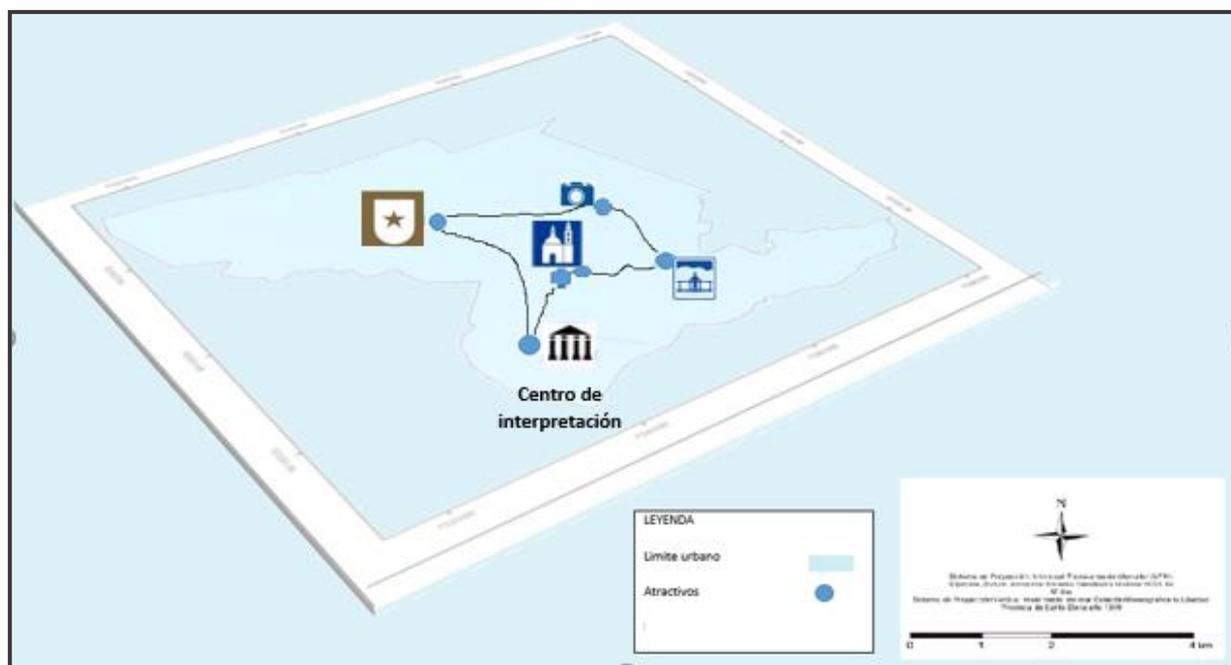
### a) Emplazamiento.

#### - Macrolocalización

El centro de interpretación estará ubicado en la parroquia Licán, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, Ecuador.

#### - Microlocalización del proyecto

El centro de interpretación estará ubicado en el barrio central, a 500 m de la iglesia San Pedro de Macají, junto al cementerio de la parroquia.



**Figura 5-13.** Ubicación del centro de interpretación en la parroquia

**Nota:** Trabajo de campo

## **b) Diseño del centro de interpretación**

El cantón Riobamba al estar ubicado en la parte céntrica del país, cuenta con una geografía privilegiada que lo hace poseedor de atractivos naturales únicos, además de que la historia a través de los años ha dejado impregnados rasgos culturales indiscutibles, los mismo q se han constituido en elementos fundamentales para el fomento y desarrollo de la actividad turística del cantón y la provincia.

En la parroquia Licán se puede encontrar valores culturales muchos de ellos transformados en sabiduría y manifestaciones, aprovechando que la parroquia se encuentra a escasos 10 minutos del centro de la ciudad de Riobamba, se ha podido establecer el perfil entre los turistas extranjeros y nacionales que acuden a la provincia determinando lo siguiente:

En la parroquia se construirá un centro de interpretación con todos los requerimientos y lineamientos necesarios para satisfacer las necesidades de los turistas de esta manera se promoverá un aprendizaje creativo dejando ver a los visitantes el significado del legado cultural, histórico y patrimonial de los bienes que se expondrán.

## **c. Diseño Arquitectónico del centro de interpretación**

### **- Diseño de infraestructura física**

El centro de interpretación en la parroquia Licán a más de promover en los visitantes la importancia de los bienes culturales y patrimoniales, se convertirá en una alternativa de desarrollo económico para las personas de la localidad.

### **- Tipología de la construcción**

El diseño del centro de interpretación será de una forma moderna igual a las características del entorno, la construcción es en forma rectangular, las áreas serán igualmente rectangulares, la sala de interpretación será la más amplia porque ahí se ubicarán los medios a interpretar.

### - **Materiales de construcción**

Los materiales seleccionados son hormigón para las bases o cimientos. Los pisos de los baños serán de baldosa, los pisos y paredes de las otras áreas serán enlucidas, las paredes externas serán enlucidas, las puertas y ventanas serán de madera con vidrio claro. Finalmente se realizarán las instalaciones, eléctricas y sanitarias

### - **Proceso de construcción**

- 1) Cimientos
- 2) Columnas
- 3) Estructura de cubierta
- 4) Cubierta
- 5) Paredes
- 6) Acabados de pisos y paredes
- 7) Ventanas
- 8) Puertas
- 9) Instalaciones eléctricas
- 10) Instalaciones de baterías sanitarias
- 11) Instalaciones de agua potable

### **d. Capacidad de instalada.**

La capacidad de instalada para el centro de interpretación, se determinó a partir de los planos diseñados es decir que el centro tendrá una capacidad de 40 personas. Para el primer año de funcionamiento se ha considerado el 35% de la capacidad de instalada con un incremento del 14%, que es la tasa de crecimiento anual según el Ministerio de Turismo, hasta el análisis de los 5 años de la propuesta.

### e. Distribución de espacios y áreas

El centro de interpretación constará con 8 áreas, diseñadas específicamente para satisfacer las necesidades de los turistas

La tabla 5-68, hace referencia a cada una de las áreas, su función y descripción

**Tabla 5-68.** Áreas del centro de interpretación

ÁREA	FUNCIÓN	DESCRIPCIÓN DEL ÁREA
Área de recepción	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dar la bienvenida a los turistas</li> <li>- Explicar a los visitantes el propósito con el cual fue creado el centro</li> <li>- Dar a conocer las normas de seguridad del centro</li> </ul>	El área de recepción y bienvenida, será amplia y confortable, contará con una pequeña sala de espera donde los visitantes recibirán una charla previa al recorrido, esta área estará también diseñada con rampas de acceso para personas con discapacidad.
Área de interpretación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brindar información clara, precisa, pero sobre todo entretenida para lograr acaparar la atención de los visitantes.</li> <li>- Lograr que los visitantes conozcan y aprecien la cultura de la parroquia.</li> <li>- Hacer que los medios interpretativos expuestos sean del agrado del visitante.</li> </ul>	Al ser el área donde se ubicarán los medios de interpretación estará adecuada con tragaluces para aprovechar la luz del día de esta manera se facilitará la interpretación, esta área contará también con una puerta de salida de emergencia garantizando la seguridad de los visitantes.
Área administrativa	La importancia del área radica en que aquí se manejará todo lo relacionado con la parte administrativa es decir aquí se contratará el talento humano, se distribuirá el dinero para los gastos del centro y se verificará el cumplimiento óptimo del trabajo del personal.	Área específicamente adecuada con equipos, mobiliarios y suministros que faciliten el desempeño laboral de la persona encargada del área administrativa.

ÁREA	FUNCIÓN	DESCRIPCIÓN DEL ÁREA
Área de reuniones	En esta área se llevarán a cabo reuniones entre el personal que labora en el centro de interpretación.	Estará ambientada y amoblada para la comodidad del personal.
Área de ventas	Esta área esta designada para la exposición y posterior venta de artesanías y otros productos requeridos por los visitantes.	El área contara con estands que permitan exhibir las artesanías y otros productos.
Baterías sanitarias	Contar con un espacio adecuado donde los visitantes y persona puedan realizar sus necesidades biológicas.	El área esta adecuada con seis baterías sanitarias, uno designado y adecuado para personas con capacidades especiales, y los demás para caballeros, damas y niños.
Bodega	Almacenar materiales y equipos de limpieza que se requieran en el centro.	El área constara con 3 m2 es el área más pequeña del centro
Guardianía	-Brindar seguridad al centro. -Brindar comodidad para el pleno descanso del guardia de seguridad del centro.	Área destinada y adecuada para uso del guardia de seguridad.

**Nota:** Trabajo de campo

#### **d. Diseño de los medios interpretativos para el centro**

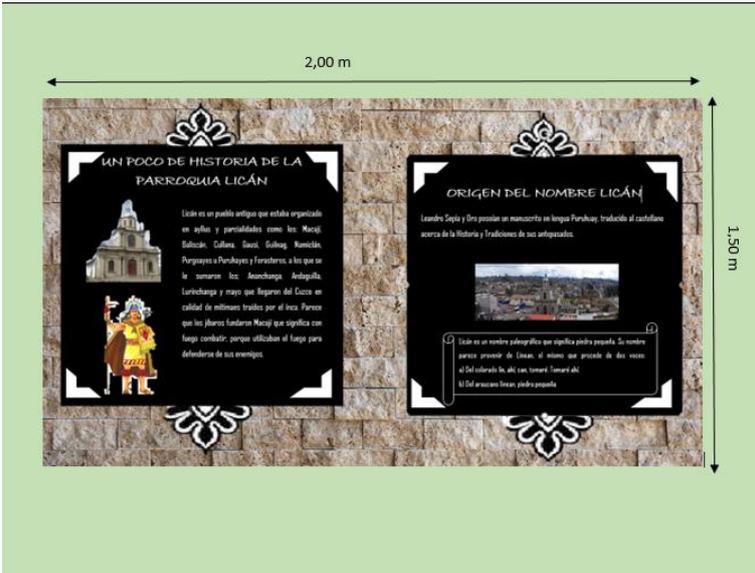
El centro de interpretación tendrá una capacidad de aproximada para 40 personas determinado a partir de la demanda objetiva determinada con el número de visitantes que se estiman visitaran el centro diariamente. Los letreros, medios interpretativos y leyendas estarán escritos en el idioma español e inglés facilitando la interpretación de los visitantes.

**- Tópico:** Licán

**- Tema:** Patrimonio Cultural

## e. Medios de interpretación

### 1. Medio interpretativo 1

<b>Nombre:</b> Panel de exhibición para pared	<b>Ficha:</b> 01
<b>Función:</b> brindar información a los visitantes sobre la historia de la parroquia Licán.	<b>Ubicación:</b> El letrero interpretativo estará colocado en una de las paredes de la sala principal de exhibición
<b>Tópico:</b> Historia de la parroquia Licán	<b>Tema:</b> Origen del nombre Licán
	
<b>Leyenda:</b> Leandro Sepia y Oro poseían un manuscrito en lengua Puruhuay, traducido al castellano acerca de la Historia y Tradiciones de sus antepasados. Leandro Sepia y Oro poseían un manuscrito en lengua Puruhuay, traducido al castellano acerca de la Historia y Tradiciones de sus antepasados.	<b>Dimensiones:</b> Cada panel de vidrio medirá 2,00 m x 1,50
<b>Materiales:</b> -Planchas de vidrio -Impresiones full color (serigrafía)	<b>Costos:</b> Planchas de vidrio: \$ 200,00 Serigrafía: \$ 120,00 Mano de obra: \$ 80,00 <b>TOTAL: \$ 400,00</b>
<b>Mantenimiento</b> Limpieza diaria debido a que el vidrio se mancha muy fácilmente.	<b>Observaciones</b> Se debe estar pendiente del estado de las fotografías que estarán impresas en los tableros, para que se le de mantenimiento a tiempo.

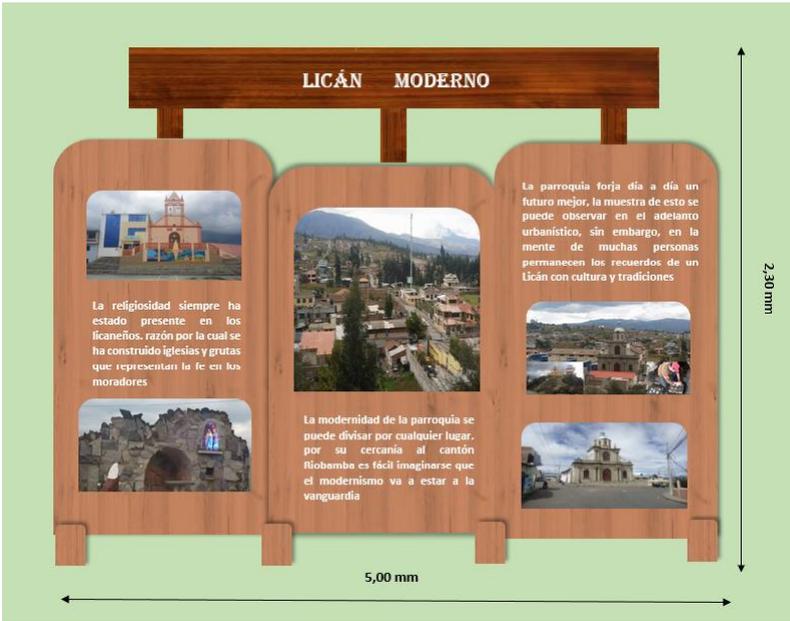
## Medio Interpretativo 2

<b>Nombre:</b> Panel de exhibición (mesa interactiva)	<b>Ficha:</b> 02								
<b>Función:</b> brindar información a los visitantes sobre las costumbres ancestrales que aún se practican en la parroquia	<b>Ubicación:</b> la mesa estará ubicada a 2 metros de los paneles interpretativos en vidrio.								
<b>Tópico:</b> Licán Cultural	<b>Tema:</b> Costumbres ancestrales								
									
<p><b>Leyenda:</b> LA MINGA</p> <p>La minga (mink'a o minga en kichwa “trabajo colectivo hecho en favor de la comunidad; minca o minga del kichwa minccacuni “solicitar ayuda prometiendo algo”; o mingaco), es una práctica ancestral de mucha importancia en nuestro país.</p>	<p><b>Dimensiones:</b> el panel tendrá 2,00 m x 1,50</p>								
<p><b>Materiales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Planchas de madera</li> <li>-Impresiones full color para imágenes e iconos informativos</li> </ul>	<p><b>Costos:</b></p> <table border="0"> <tr> <td>Panel de madera</td> <td>\$ 85,00</td> </tr> <tr> <td>Serigrafía:</td> <td>\$ 120,00</td> </tr> <tr> <td>Mano de obra:</td> <td>\$ 80,00</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL:</b></td> <td><b>\$ 175,00</b></td> </tr> </table>	Panel de madera	\$ 85,00	Serigrafía:	\$ 120,00	Mano de obra:	\$ 80,00	<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 175,00</b>
Panel de madera	\$ 85,00								
Serigrafía:	\$ 120,00								
Mano de obra:	\$ 80,00								
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 175,00</b>								
<p><b>Mantenimiento</b></p> <p>Limpieza diaria debido a la exposición al polvo.</p>	<p><b>Observaciones</b></p> <p>Se debe estar pendiente del estado de las fotografías que estarán impresas en los tableros, para que se le de mantenimiento a tiempo.</p> <p>Limpieza continua sin químicos.</p>								

### Medio interpretativo 3

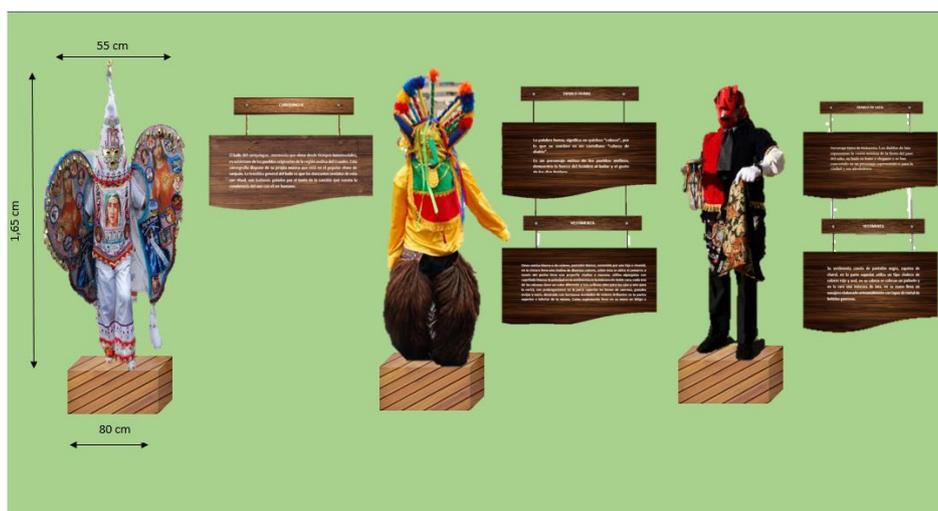
<b>Nombre:</b> Exhibición tridimensional (urna)	<b>Ficha:</b> 03								
<b>Función:</b> Mostrar a los visitantes, las esculturas religiosas que forman parte de la religiosidad de la parroquia.	<b>Ubicación:</b> La mesa estará ubicada a 2 metros de la mesa interpretativa.								
<b>Tópico:</b> Licán religioso	<b>Tema:</b> Iconos religiosos								
									
<b>Leyenda:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Imagen de San Pedro</li> <li>- Corona de bronce</li> <li>- San Isidro Labrador</li> </ul>	<b>Dimensiones:</b> Cada urna medirá 0,60 cm x 1,00 m, tomando en cuenta desde la base de madera. Las imágenes medirán 0,40 cm								
<b>Materiales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Urnas de cristal con filos de madera</li> <li>- Vigas de madera</li> <li>- Réplicas de las imágenes en yeso y bronce</li> </ul>	<b>Costos:</b> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>Urnas de cristal \$60 c/u</td> <td style="text-align: right;">\$ 180,00</td> </tr> <tr> <td>Vigas talladas \$ 25,00 c/u</td> <td style="text-align: right;">\$ 75,00</td> </tr> <tr> <td>Réplicas</td> <td style="text-align: right;">\$ 120,00</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL:</b></td> <td style="text-align: right;"><b>\$ 375,00</b></td> </tr> </table>	Urnas de cristal \$60 c/u	\$ 180,00	Vigas talladas \$ 25,00 c/u	\$ 75,00	Réplicas	\$ 120,00	<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 375,00</b>
Urnas de cristal \$60 c/u	\$ 180,00								
Vigas talladas \$ 25,00 c/u	\$ 75,00								
Réplicas	\$ 120,00								
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 375,00</b>								
<b>Mantenimiento</b> Limpieza diaria debido a la exposición al polvo.	<b>Observaciones</b> Se debe tener cuidado de que los visitantes no apoyen el cuerpo sobre las urnas para evitar accidentes.  Limpieza continua sin químicos.								

### Medio Interpretativo 4

<b>Nombre:</b> Panel interpretativo	<b>Ficha:</b> 04						
<b>Función:</b> El medio audiovisual permitirá a los visitantes escuchar y ver información general acerca de la parroquia, como por ejemplo festividades, agricultura, ganadería etc.	<b>Ubicación:</b> Estará ubicado a la izquierda de la pared central del área de exhibición.						
<b>Tópico:</b> Licán moderno	<b>Tema:</b> Nueva forma de vida						
 <p>Diagrama de un panel interpretativo de madera con tres pantallas y texto descriptivo. El panel tiene un ancho de 5,00 mm y una altura de 2,30 mm. El título "LICÁN MODERNO" está en la parte superior. Las pantallas muestran imágenes de iglesias y paisajes urbanos, acompañadas de descripciones de la religiosidad, la modernidad y el futuro de la parroquia.</p>							
<p><b>Leyenda:</b></p> <p>Aprende y conoce la parroquia Licán</p> <p>La parroquia Licán es un lugar lleno de costumbres y tradiciones a continuación con solo presionar el botón inicio te transportaras a un mundo cultural.</p>	<p><b>Dimensiones:</b></p> <p>El medio audiovisual medirá 1,60 x 1,40</p> <p>Las pantallas serán de 14 pulgadas.</p>						
<p><b>Materiales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Pantallas de 14 pulgadas</li> <li>- Madera triplex</li> <li>-Impresiones full color</li> </ul>	<p><b>Costos:</b></p> <table border="0"> <tr> <td>3 paneles de madera</td> <td>\$ 175,00</td> </tr> <tr> <td>Impresiones full color</td> <td>\$ 100,00 c/u</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL:</b></td> <td><b>\$ 275,00</b></td> </tr> </table>	3 paneles de madera	\$ 175,00	Impresiones full color	\$ 100,00 c/u	<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 275,00</b>
3 paneles de madera	\$ 175,00						
Impresiones full color	\$ 100,00 c/u						
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 275,00</b>						
<p><b>Mantenimiento</b></p> <p>Limpieza diaria debido a la exposición al polvo.</p>	<p><b>Observaciones</b></p> <p>Se debe tener cuidado de que los visitantes no apoyen el cuerpo sobre la estructura para evitar accidentes.</p> <p>Limpieza continua sin químicos.</p>						

### Medio Interpretativo 5

<b>Nombre:</b> Exhibición tridimensional (Maniqués)	<b>Ficha:</b> 05
<b>Función:</b> mostrar a los visitantes, los personajes de la cosmovisión andina, y que son parte del pase del niño del 6 de enero.	<b>Ubicación:</b> Los tres personajes estarán ubicados uno al lado de otro a una distancia de 0,50 cm
<b>Tópico:</b> Licán Festivo	<b>Tema:</b> Personajes andinos



#### Leyenda:

##### - Curiquingue

Les llaman los hombres pájaros. Tienen un riguroso vestido blanco, con alas muy grandes y una especie de bonete (tipo de gorra) bastante alto que va sobre la cabeza y que termina en un pico pequeño de ave.

Recuerdan al curiquingue (o curiquinga), ave de gran simbolismo en la mitología de los pueblos de la serranía local.

##### - Diabla Huma

La palabra huma, significa en quichua "cabeza", por lo que su nombre es en castellano "cabeza de diablo". Demuestran fuerza al bailar

#### Vestimenta

Lleva camisa blanca o de colores, pantalón blanco, sostenido por una faja o chumbi, en la cintura lleva una chalina de diversos colores, sobre esta se ubica el zamarro; a través del pecho lleva una pequeña chalina o macana, utiliza alpargatas con capellada blanca; lo principal en la vestimenta es la máscara de doble cara, cada una de las mismas tiene un

#### Dimensiones:

Cada maniquí medirá 1,65 mx 0,55 cm

El pedestal medirá 0,80 cm x 0,40 cm medirá 0,60 cm x 1,00 m, tomando en cuenta desde la base de madera.

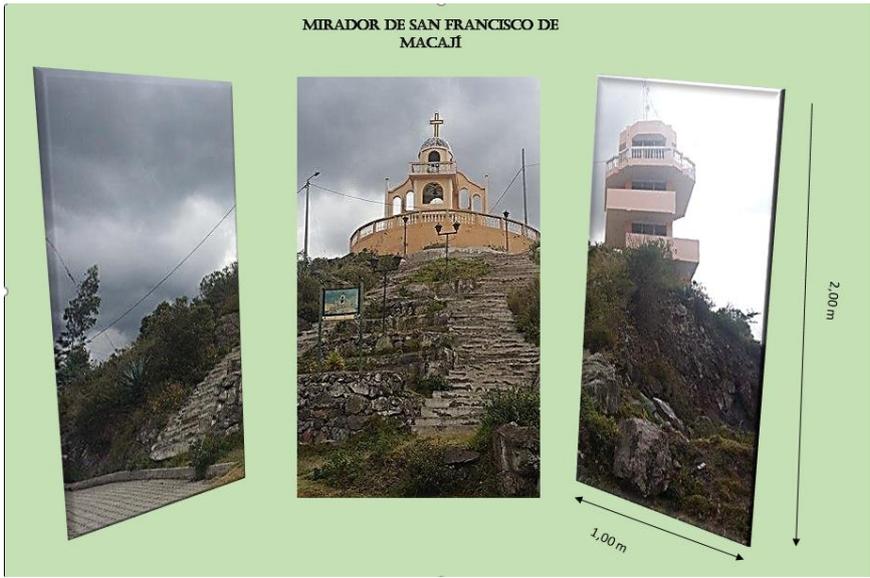
Los letreros medirán 0,50 cm de ancho.

<p>color diferente y tres orificios (dos para los ojos y uno para la nariz), con prolongaciones en la parte superior en forme de cuernos, grandes orejas y nariz, decorada con hermosos bordados de colores brillantes en la partes superior e inferior de la misma. Como suplemento lleva en su mano un látigo o juguete.</p> <p><b>- Diablo de lata</b></p> <p>Los diablos de lata representan la visión mestiza de los cristianos por el nacimiento de Jesús.</p> <p>Su paso al bailar es lento y elegante va al ritmo de un sonajero y al son de una banda de pueblo.</p> <p style="text-align: center;">Vestimenta</p> <p>Visten un pantalón negro con zapatos de charol, un chaleco de colores azul y rojo, un pañuelo para la cabeza, su habitual mascara de metal y en sus manos llevan sonajeros hechos con tapas de lata.</p>											
<p><b>Materiales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Vestimenta tradicional de los personajes</li> <li>- Maniquís</li> <li>- MDF vinil</li> <li>- Soporte de manera</li> </ul>	<p><b>Costos:</b></p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Vestimenta</td> <td style="text-align: right;">\$ 250.00</td> </tr> <tr> <td>2 maniquís</td> <td style="text-align: right;">\$ 200.00</td> </tr> <tr> <td>2 MDF–vinil 50x60</td> <td style="text-align: right;">\$ 25.00</td> </tr> <tr> <td>Soporte madera 2m x 1m</td> <td style="text-align: right;">\$ 100.00</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL:</b></td> <td style="text-align: right;"><b>\$ 575,00</b></td> </tr> </table>	Vestimenta	\$ 250.00	2 maniquís	\$ 200.00	2 MDF–vinil 50x60	\$ 25.00	Soporte madera 2m x 1m	\$ 100.00	<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 575,00</b>
Vestimenta	\$ 250.00										
2 maniquís	\$ 200.00										
2 MDF–vinil 50x60	\$ 25.00										
Soporte madera 2m x 1m	\$ 100.00										
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 575,00</b>										
<p><b>Mantenimiento</b></p> <p>Limpieza diaria debido a la exposición al polvo.</p> <p>Limpieza y lavado de ropa</p>	<p><b>Observaciones</b></p> <p>Se debe tener cuidado de que los visitantes no apoyen el cuerpo sobre los maniquís para evitar accidentes.</p> <p>Se puede tomar fotografías.</p>										

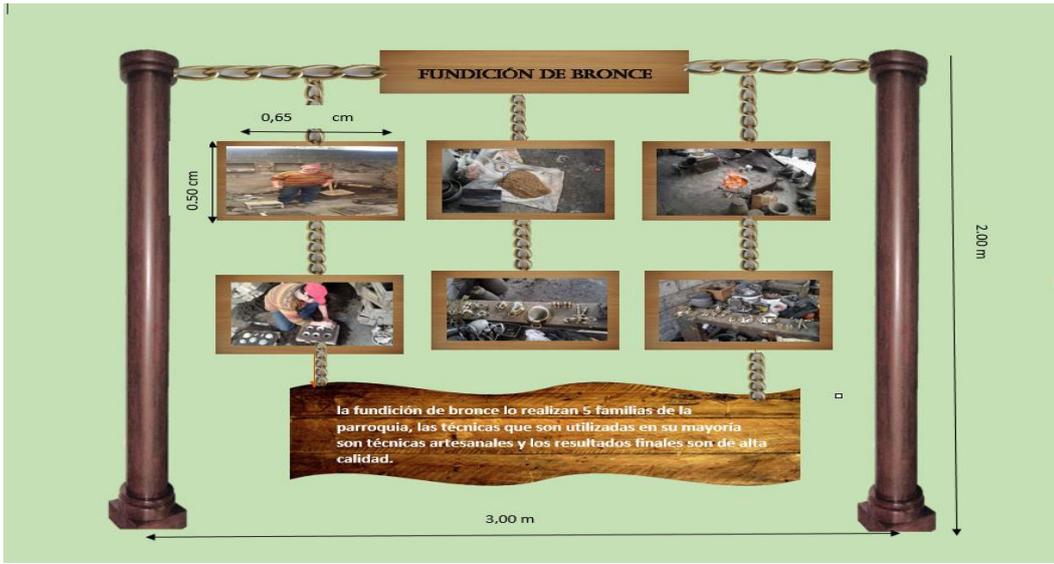
## Medio interpretativo 6

<b>Nombre:</b> Panel interpretativo	<b>Ficha:</b> 06
<b>Función:</b> dar a conocer a los visitantes información clara y precisa y de forma diferente.	<b>Ubicación:</b> El mural estará ubicado en la pared continua a la del centro, donde la visión sea clara y precisa.
<b>Tópico:</b> Festividades	<b>Tema:</b> Personajes relevantes
	
<b>Leyenda:</b> El pase del niño en la parroquia Licán, es una de las festividades más importantes del lugar, es una costumbre en la que los católicos celebran el nacimiento de Jesús, mediante un gran recorrido llenos de alegría y color, posteriormente se realiza una misa y se culmina con shows artísticos donde se levantan varias tarimas donde se presenta artistas en vivo.	<b>Dimensiones:</b> El mural medirá 2,50 x 2,00 m
<b>Materiales:</b> -Pintura -brochas y pinceles -Barniz	<b>Costos:</b> <b>Pintura</b> \$ 60,00 Pintura del mural \$ 250,00 <b>TOTAL:</b> \$ 310,00
<b>Mantenimiento</b> Limpieza semanal. No usar químicos	<b>Observaciones</b> Se permite el uso de cámaras fotográficas

## Medio interpretativo 7

<b>Nombre:</b> Panel ilustrativo	<b>Ficha:</b> 07
<b>Función:</b> Mostrar al visitante la belleza paisajística q posee la parroquia.	<b>Ubicación:</b> El pliegue de la fotografía estará ubicada en la última pared de la sala donde los turistas la puedan observar con facilidad.
<b>Tópico:</b> belleza paisajística	<b>Tema:</b> Mirador
 <p>MIRADOR DE SAN FRANCISCO DE MACAJÍ</p>	
<b>Leyenda:</b> Mirador de San Francisco de Macají	<b>Dimensiones:</b> Las fotografías medirán 1,00m x 2,00
<b>Materiales:</b> -tabla triplex -Impresiones full color	<b>Costos:</b> Tabla triplex \$ 45,00 Impresiones \$ 66,00 <b>TOTAL: \$ 111,00</b>
<b>Mantenimiento</b> Limpieza semanal. No usar químicos	<b>Observaciones</b> - Se permite el uso de cámaras fotográficas - No apoyarse sobre las imágenes.

### Medio interpretativo 8.

<b>Nombre:</b> Panel de exhibición	<b>Ficha:</b> 10												
<b>Función:</b> Conseguir q los visitantes conozcan y se informen sobre el arduo trabajo que realizan las personas que trabajan el bronce	<b>Ubicación:</b> El panel estará ubicado en el centro de la sala de exhibición												
<b>Tópico:</b> Licán ancestral	<b>Tema:</b> forjamiento del bronce												
 <p>la fundición de bronce lo realizan 5 familias de la parroquia, las técnicas que son utilizadas en su mayoría son técnicas artesanales y los resultados finales son de alta calidad.</p>													
<b>Leyenda:</b> Fundición del bronce La fundición del bronce lo realizan 5 familias de la parroquia, las técnicas que son utilizadas en su mayoría son técnicas ancestrales y los resultados finales son de alta calidad.	<b>dimensiones:</b> las medidas del panel son: de alto 2,00 m de ancho 3,00 m cada cuadro de 0,65x 0,50 cm												
<b>Materiales:</b> - dos soportes de madera - triplex - madera rustica (letrero) - cadenas de bronce - impresiones full color adhesivas	<b>Costos:</b> <table border="0"> <tr> <td>madera triplex</td> <td style="text-align: right;">\$ 30,00</td> </tr> <tr> <td>Soportes de madera</td> <td style="text-align: right;">\$ 30,00</td> </tr> <tr> <td>Madera rustica</td> <td style="text-align: right;">\$ 10,00</td> </tr> <tr> <td>Impresiones adhesivas</td> <td style="text-align: right;">\$ 20,00</td> </tr> <tr> <td>Cadenas de bronce</td> <td style="text-align: right;">\$ 35,00</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL:</b></td> <td style="text-align: right;"><b>\$ 125,00</b></td> </tr> </table>	madera triplex	\$ 30,00	Soportes de madera	\$ 30,00	Madera rustica	\$ 10,00	Impresiones adhesivas	\$ 20,00	Cadenas de bronce	\$ 35,00	<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 125,00</b>
madera triplex	\$ 30,00												
Soportes de madera	\$ 30,00												
Madera rustica	\$ 10,00												
Impresiones adhesivas	\$ 20,00												
Cadenas de bronce	\$ 35,00												
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 125,00</b>												
<b>Mantenimiento</b> Limpieza semanal. No usar químicos	<b>Observaciones</b> - Se permite el uso de cámaras fotográficas - No apoyarse sobre las bases - No tocar el panel												

## **g. Guión Interpretativo**

### **1) Bienvenida**

Buenos días (este saludo dependerá de la hora del día en la que nos encontremos), bienvenidos y bienvenidas al centro de interpretación Licán, mi nombre es..... y seré su guía en el tiempo que dure el recorrido, cualquier duda e inquietud que cada uno de Uds. tenga por favor háganmela saber y yo gustoso(a) se la sabré responder, es importante que se ubiquen a mis espaldas y que hagan silencio para que todos puedan escuchar de forma clara. Pueden hacer uso de sus cámaras fotográficas excepto en los lugares restringidos. Empecemos.

### **2) Introducción**

El centro de interpretación Licán, se crea con el firme propósito de establecer un producto turístico en la parroquia, que permita a la gente aprovechar sus recursos culturales, de esta forma se empezará a ver al turismo sostenible como una alternativa de desarrollo, ofreciendo al turista nacional y extranjero, una forma sana de distracción a través de la interpretación del patrimonio cultural y natural de la parroquia, vamos a empezar con el recorrido esperando que sea de su total agrado.

### **3) Cuerpo**

#### **Parada 1**

**Tópico:** Historia de la parroquia Licán

**Tema:** Origen del nombre Licán

Lo que primero podemos observar en la sala son dos paneles que contienen información sobre la historia de la parroquia, lo que haremos es que cada uno va a leer los que dice en cada uno de los paneles y posteriormente elegiré a dos personas para que me ayuden diciendo que términos que ahí están escritos no han escuchado y desconocen su significado yo posteriormente les daré más información sobre el tema y se irán aclarando sus dudas.

## **Parada 2**

**Tópico:** Licán cultural

**Tema:** Costumbres ancestrales

En el ámbito cultural para las personas es importante conservar sus costumbres por esta razón en la parroquia aún se siguen manteniendo vivas algunas costumbres, en la mesa de exhibición tenemos la minga, alguien de Uds. lo sabe (momento de interacción con los visitantes), a parte de esta costumbre tan conocida en nuestro país también tenemos otra que es conocida como el presta manos, que no es más que el intercambio de formas de trabajo de una persona con otra, es decir no hay paga monetaria sino más bien el pago es el trabajo.

## **Parada 3**

**Tópico:** Licán religioso

**Tema:** Íconos religiosos

La religión siempre ha sido tema de controversia en el mundo, pero no podemos alejarnos de la realidad que vive la parroquia ya que está en su gran mayoría pertenecen a una orden religiosa, por esta razón el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural reconoce a muchas de estas obras religiosas como patrimonio cultural, ya sea por su significado, su forma de elaboración, etc. A continuación, conoceremos a tres iconos que forman parte de la colección del museo religioso que se exhibe en la parroquia.

- Imagen de San Pedro

-Tipo del bien: Escultura

San Pedro es considerado el patrono de la parroquia, como podemos observar la imagen está de pie, de frente, cabeza de lado y mirada hacia izquierda, poco pelo y barbado. Brazo derecho flexionado hacia delante sobre su cuerpo, mano con libro negro. Brazo izquierdo flexionado hacia delante, sobre su cuerpo, mano con llaves de tubo. Pies con sandalias. Viste túnica celeste, manto amarillo

con fondo rojo. Parado sobre una base color siena, sobre cornisa de incisiones diagonales color verde y rojo, sobre moldura, a san pedro se le atribuye ser el poseedor de las llaves para entrar al cielo.

- Corona de bronce

-Tipo del bien: Orfebrería

Base con diseños florales en incisiones; sobre esta, frondas caladas en alto relieve alrededor de óvalo con destellos estriados. Hacia arriba tirantes calados de frondas y hojas de acanto formando corazones. Remate de flor con pétalos estriados curvos alternados hacia arriba y abajo. Con cruz al centro con esferas en los extremos.

- Imagen San Isidro labrador

- Tipo del bien: Escultura

Conjunto de tres piezas. Imagen principal de bulto, de pie, frontal, cabeza hacia su derecha. Brazos flexionados hacia delante, manos abiertas, la derecha palma vertical, la izquierda palma arriba. Calza botas negras. Viste casaquilla interior y pantaloncillos cortos rojos, polainas celestes, casaca exterior larga azul, cuello ancho, puños y forro rojo. Abajo dos bueyes de perfil hacia su derecha unidos por yunta y arado. Parados; su color es negro con manchas blancas. Más atrás ángel, de pie de perfil hacia su izquierda, cabeza y mirada frontales. Brazos flexionados hacia delante. Mano derecha con bastón largo de pastoreo, viste botas negras, viste camiseta azul y falda roja con filos dorados. Alas grises.

#### **Parada 4**

**Tópico:** Licán moderno

**Tema:** Nueva forma de vida

A continuación, tenemos un medio audiovisual que les ayudara a Uds. A adentrarse un poquito más en la parroquia, como es su gente, su diario vivir, los trabajos que realizan para día a día sacar a

delante a sus familias, además contamos con una galería de fotografías de miradores, sitios naturales, haciendas etc. que te harán hacer un viaje imaginario por la parroquia y con solo aplastar un botón.

#### **Parada 5.**

**Tópico:** Licán festivo

**Tema:** Personajes andinos

Sin duda este es uno de los stands favoritos, pues bien, ahora Uds. están observando a tres de los personajes más representativos de los pases del niño en la parroquia, tenemos a un curiquingue, un diablo huma y un diablo de lata, seres de la cosmovisión andina y que son representados en un día de alegría y júbilo. (A continuación, el guía explica a cada personaje y su vestimenta).

#### **Parada 6.**

**Tópico:** Festividades

**Tema:** Personajes relevantes

Las festividades relevantes en la parroquia son las de San Pedro y las del 6 de enero en las que se realiza el tradicional pase del niño, esta es una fiesta tradicional y muy colorida donde las personas acuden para ver pasar a los personajes que participan con disfraces, bailes, y sobre todo ver pasar al niño Jesús, de esta forma demuestra la fe católica.

Cada personaje que participa en el recorrido tiene su significado, y son ellos los encargados de llamar la atención de los cientos de espectadores que se dan cita para disfrutar de su baile.



## **i. Plan interpretativo**

Se realizó un plan interpretativo, conformado por dos programas itinerantes, los mismos que han sido diseñados para desarrollar actividades interpretativas apropiadas, proporcionando las mismas oportunidades para que los visitantes compartan la misma experiencia.

Para establecer los objetivos del plan interpretativo se consideró la misión y la visión del centro, los mismos que se describen a continuación.

### **- Misión**

Trabajar con respeto y responsabilidad logrando brindar servicios turísticos de calidad, enmarcados siempre, en la conservación de los recursos culturales, y a su vez impulsando el desarrollo social y económico de los habitantes de la parroquia, garantizando de esta manera una experiencia única durante la visita al centro.

### **- Visión**

Para el 2021, es el mejor centro de interpretación que tiene la ciudad, ofertando modernos medios interpretativos, convirtiéndose en una alternativa para cuidar, conservar y valorar el gran legado cultural con el que cuenta la parroquia.

## **1. Metas y objetivos del plan interpretativo.**

### **1. Metas de gestión**

Desarrollar dos programas interpretativos, para el primer año de funcionamiento, que contribuyan al fortalecimiento de las tradiciones culturales de la parroquia.

## **2. Metas de audiencia**

Mediante la ejecución de los programas del plan de interpretación del centro, se procura desarrollar un turismo sustentable, que permita el uso adecuado de los recursos culturales de la parroquia, por parte de los habitantes y los turistas tanto nacionales como extranjeros.

## **3. Metas de manejo**

El plan de manejo del centro se basó, en los atractivos culturales que más llaman la atención de los turistas. En el plan de manejo se menciona los siguientes programas.

### **j. Objetivos de ejecución del plan**

#### **1) Objetivo General**

Crear dos programas interpretativos, encaminados a diferentes audiencias para el cuidado y valorización de los recursos culturales.

#### **2) Objetivos específicos**

- Establecer un programa que permita poner en valor el trabajo de la fundición de bronce para concientizar en los habitantes y turistas la importancia del legado cultural.
- Diseñar un programa direccionado al fortalecimiento de las festividades tradicionales que se desarrollan en la parroquia.

### **k. Programas Interpretativos**

Se establecieron dos programas interpretativos, de acuerdo al resultado del análisis de audiencia dirigida tanto a los turistas nacionales y extranjeros, cuyos intereses son conocer el proceso del trabajo de la fundición de bronce y sobre las festividades tradicionales que se desarrollan en la parroquia Licán, esto se iniciará en las escuelas del sector aplicando un plan piloto, para

posteriormente extender a las escuelas del cantón Riobamba aprovechando su cercanía con la parroquia.

## **I. Programa “Proceso de fundición de bronce”**

### **- Antecedentes**

El legado cultural de la fundición del bronce que mantienen cinco familias de la parroquia, ha sido transferido de generación en generación, haciendo de esta una actividad hereditaria. La fundición de bronce es una tarea ardua y compleja, comienza por la compra o reciclaje de la materia prima, para luego ser puesta en unos crisoles que serán llevados a un horno (orificio en el suelo) que está a una temperatura aproximada de 1000 grados centígrados, calor suficiente para fundir el material, mientras esto sucede el trabajador prepara los moldes con los modelos solicitados por los clientes, una vez fundido el material es puesto sobre los moldes para que se enfríen una vez fríos son sacados, pulidos y pintados según sea el caso, para su posterior comercialización.

### **- Justificación**

El tópico “Proceso de fundición de bronce” se consideró, porque esta es la principal actividad que atrae la atención del turista y que es muy poco conocida, razón por la cual se pretende concienciar a los estudiantes de quinto, sexto y séptimo año de educación básico para que a través de la visita a los talleres de fundición conozcan el arduo trabajo que realizan a diario los fundidores y valoren su trabajo, pero sobre todo aprecien el legado cultural.

### **- Tópico**

Proceso de fundición de bronce

### **- Tema**

El bronce un legado cultural

- **Audiencia**

El programa va dirigido a los estudiantes de quinto, sexto y séptimo año de educación básica de las escuelas de la parroquia, y crear en ellos una conciencia de valorización de las costumbres culturales y así poner en valor el legado cultural que existe en el sitio.

- **Mensaje**

“A tu cultura debes fundirla como al bronce”

- **Estrategias educativas**

La estrategia educativa utilizada para este programa es la visita a los talleres de fundición de bronce que existen en la parroquia.

- **Propósito**

- Permitir que los niños conozcan el arduo trabajo que realizan las familias que se dedican a la fundición y elaboración de objetos de bronce.

- Sensibilizar a los niños sobre el respeto a la identidad cultural que se transfiere de generación en generación.

- **Descripción**

El programa interpretativo bajo el tema “fundición del bronce”, será realizado con las instituciones de la parroquia, la estrategia educativa que se plantea es la visita a los talleres de fundición que existen en la parroquia previo autorización de las familias propietarias y con el apoyo y colaboración del Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial, la duración de la visita será de una hora.

## a) Antes de la vista

Se llevará a cabo una charla de 15 minutos donde se interactuando con los estudiantes para evaluar el conocimiento que tienen sobre la actividad de la fundición del bronce.

## b) Durante la visita

Se realizará la visita a los talleres de fundición del bronce, donde serán recibidos por los propietarios para luego ser partícipes y observadores de las diferentes etapas que se realizan durante el proceso de fundición y elaboración de los objetos de bronce.

## c) Después de la vista

Se realizará una evaluación sobre l visita a los talleres de fundición de bronce mediante la formulación de preguntas a los estudiantes para conocer cuanto aprendieron durante la visita.

- **Evaluación**

Luego de la visita se designará un tiempo prudencial para la aplicación de una encuesta de satisfacción, donde se establecerán preguntas referentes a la visita realizada.

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>EXELENTE</b> 	<b>BUENO</b> 	<b>REGULAR</b> 
¿Que le pareció la visita?			
¿La explicación sobre el proceso de fundición fue?			
Describe que te llamo más la atención del proceso de fundición del bronce			

**m) Programa 2: “Revitalización cultural”****- Antecedentes**

Nuestro país posee una gran riqueza cultural, manifestada en diferentes formas, sin embargo, con el pasar de los años esta riqueza se ha ido perdiendo, por los cambios radicales que se dan sobre la herencia cultural, muchos factores influyen para la aculturación de un pueblo, estos pueden ser la migración, discriminación, religión entre otros, que hacen que los niños y los jóvenes adopten costumbres ajenas a las de su entorno.

**- Justificación**

La cultura es una manifestación de los usos, costumbres, de las maneras de pensar y relacionarse con el entorno natural de los individuos, lo que caracteriza e individualiza a los pueblos. Estas expresiones culturales en los pueblos originarios han ido declinando y perdiéndose, sin embargo en los últimos tiempos, hay un proceso de resurgimiento de las identidades locales, en nuestra nueva Constitución el estado reconoce los derechos que tienen nuestros pueblos indígenas, montubios y afroecuatorianos, apoyados en esto, en los últimos años se ha venido trabajando de una u otra forma en todo el territorio nacional en el fortalecimiento de las manifestaciones culturales de nuestros pueblos.

El centro de interpretación pretende dar a conocer a los turistas nacionales y extranjeros las festividades que se realizan en la parroquia y los diferentes personajes que son los protagonistas de estas celebraciones, para eso es necesario hacer que los turistas conozcan un poco más de esta temática a través de la presentación de danzas, que lleguen con un mensaje claro de concientización sobre la importancia de estas festividades para la parroquia.

**- Tópico**

“La revitalización cultural, una forma de dar vida a la historia”.

- **Tema**

“Revivir una cultura, es revivir la historia”

- **Audiencia**

La audiencia objetivo para este programa son los turistas nacionales y extranjeros que visitan el centro de interpretación Licán Jardín Cultural, la misión principal es hacer que los turistas conozcan las festividades propias de la parroquia y las diferentes actividades que en estas se realiza sin la necesidad que sean en las fechas en las que se celebran.

- **Mensaje**

“Vive tu cultura, vive tu identidad”.

- **Estrategias educativas**

La estrategia educativa a utilizar en la ejecución de este plan, es la presentación de danzas y personajes que participan en los desfiles en las principales festividades de la parroquia, esto permitirá que tanto los turistas nacionales y extranjeros puedan conocer un poco más de las festividades sin la necesidad de que sean las fechas de festejos.

- **Propósito**

- Motivar a los turistas a ser partícipes de las manifestaciones culturales de la parroquia.
- Incentivar a la juventud de la parroquia para que empiecen a valorar su identidad cultural.

- **Descripción**

El programa interpretativo “Vive tu cultura, vive tu identidad”, esta creado con la finalidad de dar a conocer a los turistas las manifestaciones culturales que existe en la parroquia de una forma vivencial, compartiendo con la juventud del sector, de esta manera se pretende dar a conocer a la parroquia como un sitio turístico.

- **Durante la llegada de los turistas**

Los turistas serán recibidos con una danza, donde los turistas podrán interactuar con los danzantes y conocer un poco más de las costumbres y tradiciones de la parroquia.

- **Durante el recorrido**

Los turistas podrán hacer su recorrido acompañados de uno de los jóvenes que estarán representando a los personajes principales de los festejos, entre ellos están el diablo de lata, el curiquire, las carishinas entre otros, hasta llegar al stand donde está la descripción de estos personajes donde se les explicara el significado de su vestimenta.

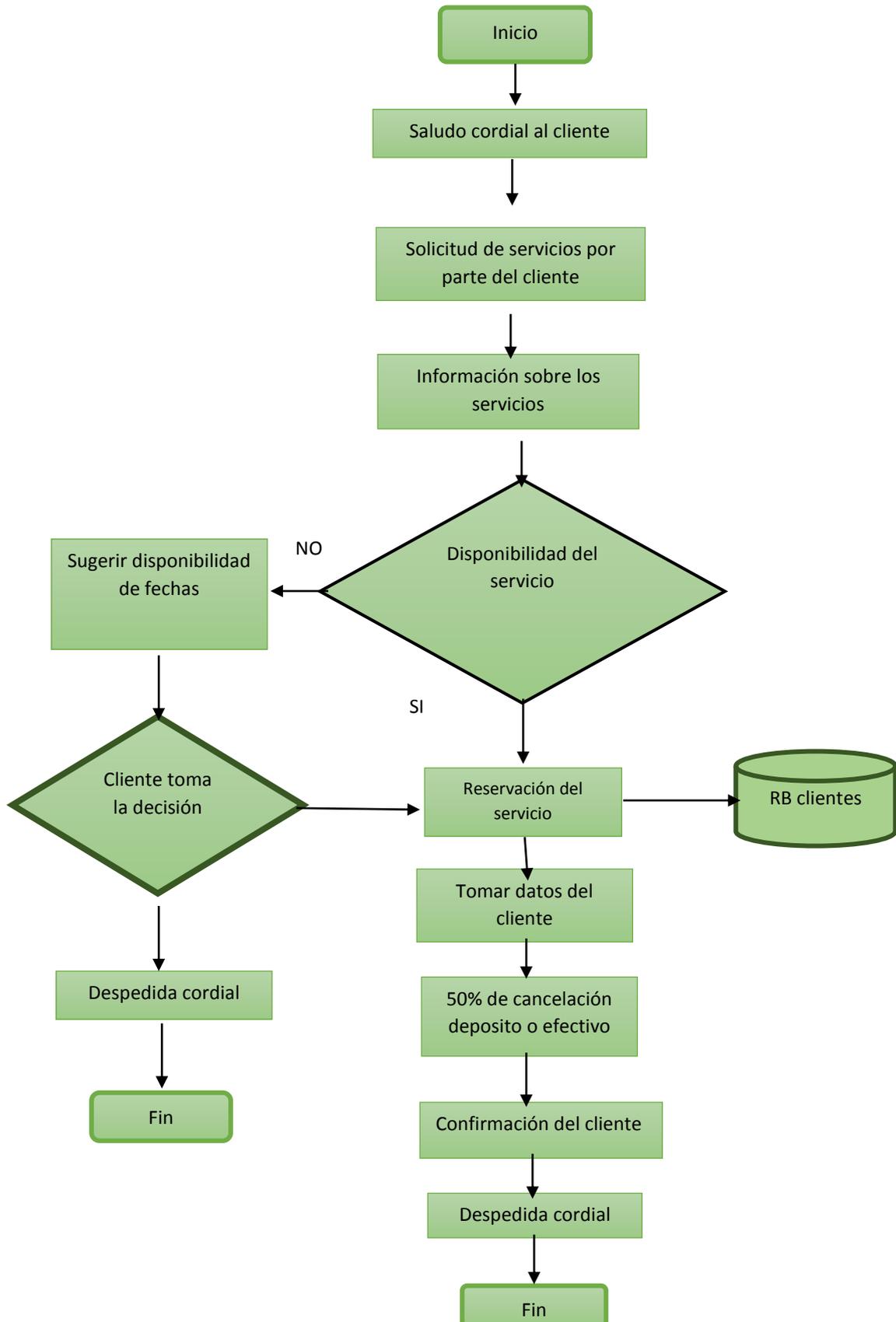
- **Después del recorrido**

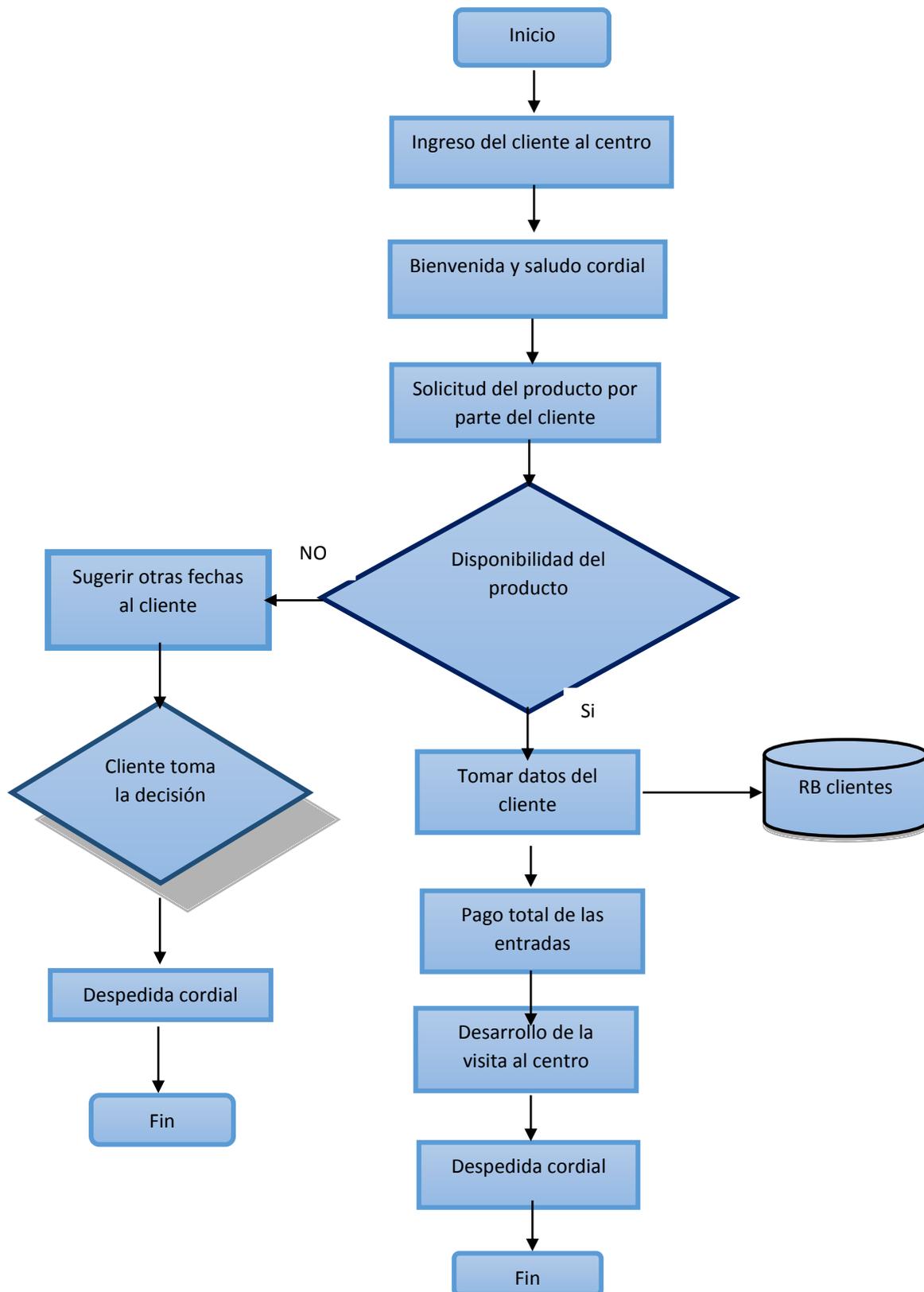
Al terminar el recorrido se realizará una pequeña evaluación sobre el recorrido y lo aprendido mediante la técnica de preguntas y respuestas entre el guía y los turistas.

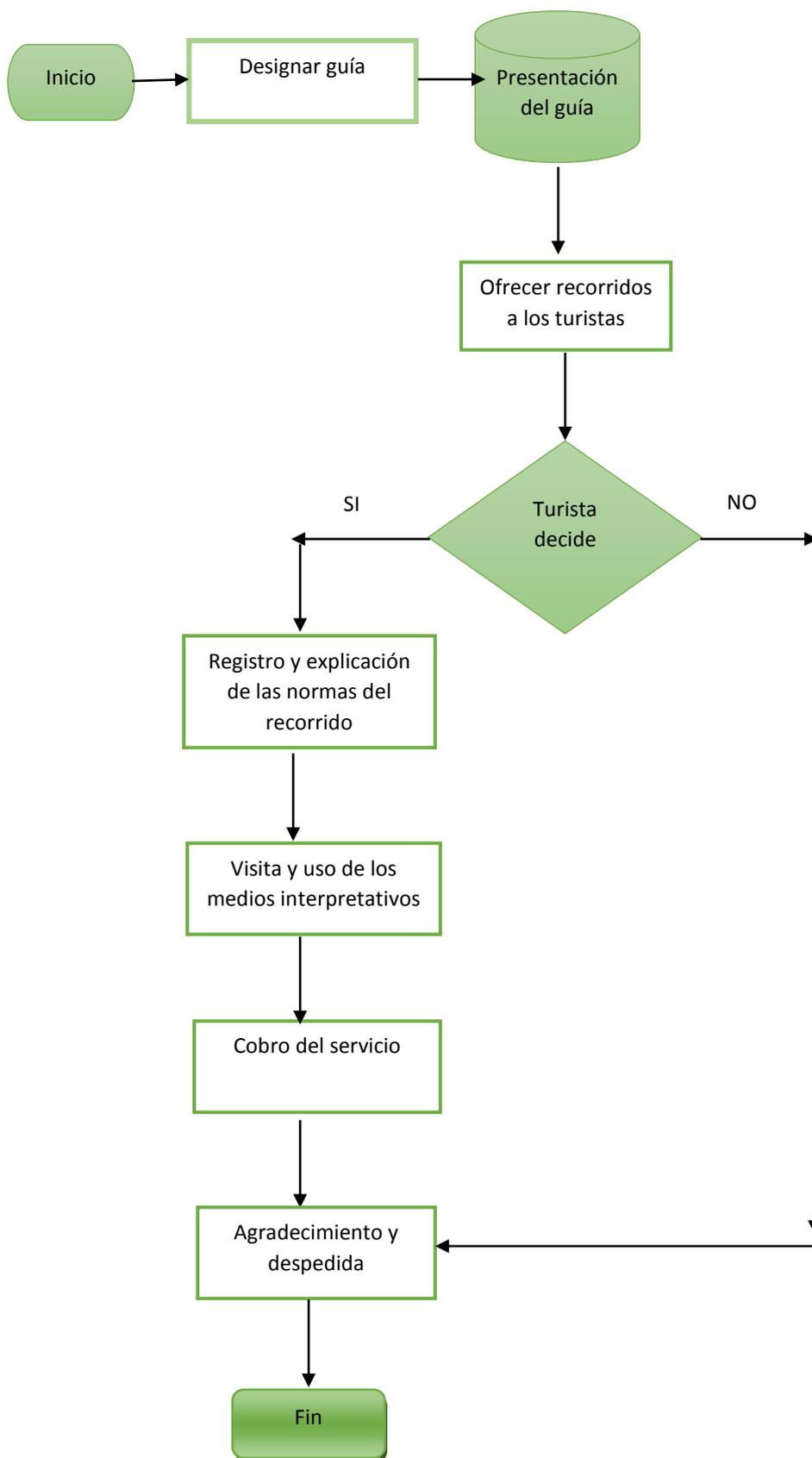
- **Evaluación**

Una vez terminadas las actividades durante la visita se procederá a solicitar a los turistas que contesten un corto cuestionario que permita conocer el nivel de satisfacción del turista. El cuestionario será el siguiente.

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>EXELENTE</b> 	<b>BUENO</b> 	<b>REGULAR</b> 
¿Que le pareció la presentación de las danzas?			
Describa que le llamó más la atención de los personajes típicos expuestos.			
Recomendaciones y/o observaciones			

**n. Flujogramas de proceso para reservación del servicio**

**e. Flujograma de recepción del cliente en el centro**

**f. Flujoograma del proceso de guianza dentro del centro.**

## ñ. Presupuesto para el área productiva

**Tabla 5-70.** Activos Fijos

Activo	Cantidad	Costo Unitario	Inversión total
<b>Infraestructura Física</b>	1	84878,10	<b>84878,10</b>
<b>Área de recepción y bienvenida</b>			<b>1125,00</b>
Sillas	45	9,00	405,00
Computadora	1	600,00	600,00
Escritorio	1	120,00	120,00
<b>Área de interpretación</b>			<b>3093,00</b>
Panel de exhibición (pared)	1	400,00	400,00
Panel de exhibición (mesa)	1	200,00	200,00
Exhibición tridimensional	1	375,00	375,00
Medio audiovisual	1	642,00	642,00
Exhibición tridimensional	1	575,00	575,00
Panel interpretativo (mural)	1	310,00	310,00
Panel ilustrativo	1	111,00	111,00
Panel de exhibición	1	270,00	270,00
Exhibición móvil (ruleta)	1	85,00	85,00
Panel de exhibición	1	125,00	125,00
<b>Área de ventas</b>			<b>100,00</b>
Mesa de madera	1	50,00	50,00
Stands de madera	1	50,00	50,00
<b>Baterías sanitarias</b>			<b>222,00</b>
Dispensador de papel higiénico	2	6,00	12,00
Dispensador de jabón	2	10,00	20,00
Espejos	2	25,00	50,00
Secador de manos	2	70,00	140,00
<b>Guardianía</b>			<b>346,00</b>
Cama de 1 plaza	1	80,00	80,00
Colchón de una plaza	1	90,00	90,00
Cobijas	3	20,00	60,00
Sábanas (juegos)	2	15,00	30,00
Sillas	1	9,00	9,00
Lámparas	1	12,00	12,00
Botiquín	1	10,00	10,00
Extintor	1	20,00	20,00
<b>Total</b>			<b>88639,10</b>

Nota: Presupuesto con todos los activos fijos necesarios para el funcionamiento.

## o. Talento humano

Tabla 5-71. Talento humano

DENOMINACIÓN	CANT.	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	RESPONSABILIDADES	BENEFICIOS DE LEY					REMUN. ANUAL
					10MO CUARTO (MÍNIMO 2 SALARIOS)	10MO TERCERO (12%)	VACACION (15 DÍAS)	FONDO DE RESERVA (8,33 %)	APORT. IESS (9,45%)	
Guía	375,00	\$ 732,00	4,500	Liderar al grupo de visitantes durante los recorridos	375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 31,24	\$ 425,25	\$ 6.590,10
<b>Total</b>										\$ 6.590,10

**Nota:** Cálculo en el roll de pagos para los guías del centro

**p. Venta de artesanías de bronce**

**Tabla 5-72** Artesanías

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Artesanías	143	\$ 2,00	\$ 286,00	\$ 3.432,00
<b>Total</b>				<b>\$ 3.432,00</b>

Nota: Costo de las artesanías para el centro de interpretación

**4. Estrategias de difusión y ventas**

**a) Canales de distribución**

Se trabajará por medio de venta directa a través del internet, pagina web y via telefónica, comunicándose con la parroquia o en las oficinas del ferrocarril adquiriendo el paquete de la ruta de la quinua.

Se ofrecerá el centro de interpretación a través de la venta indirecta, mediante acuerdos con la empresa del ferrocarril en Riobamba, operadoras de turismo que trabajen preferentemente en la provincia.

**b) Estrategias**

Estrategia 1. Elaboración de la marca que identifique al Centro de interpretación

**- Nombre**

Una vez realizado el análisis y definición de los medios de interpretación, gustos y preferencias de los turistas, se llegó a establecer el nombre con el que se va a dar a conocer el centro de interpretación, imagotipo con el que se lo identificará, a continuación, se detalla la marca escogida.

### - Slogan

El slogan que identificará al centro es:

Jardín Cultural  
Centro de interpretación Licán

### - Imagotipo



**Figura 5-6.** Logotipo centro de interpretación.

Manual de uso de marca (Anexo 5)

Estrategia 2. Elaboración de medios de publicidad

El centro de interpretación será promocionado a través de los siguientes medios (Ver anexo 7)

Estrategia 3: Convenios con instituciones educativas

Se debe realizar convenios con las instituciones de nivel primario, secundario y superior, de esta manera se garantizará un flujo de turistas constante.

## **E. ESTUDIO AMBIENTAL**

### **1) Análisis de los impactos provenientes de la operación turística**

Una vez realizado el trabajo de campo y constatar la ubicación y el estado del terreno donde se construirá el centro de interpretación, se ha identificado cuales serían los impactos positivos y negativos que podrían generarse al momento de realizar la construcción y operación del centro.

#### **a) Factores ambientales susceptibles de ser afectados en la operación**

- **Aire:** este es uno de los factores que va a ser susceptible, debido a que al momento de la excavación y construcción se emanara polvos provenientes de los materiales de construcción

- **Suelo:** este elemento se verá afectado al momento de la nivelación y excavación ya que el suelo será removido de su lugar.

- **Agua:** al ser el agua el factor más importante dentro de la operación turística se puede ver altamente vulnerable debido a la generación de desechos sólidos, aguas servidas originadas por las actividades es posible que el río y las quebradas que se encuentran en la parroquia se vean afectadas.

- **Socioeconómico:** la creación de fuentes de trabajo es una prioridad al momento de fomentar la actividad turística al hacerlo en el proyecto se está abriendo plazas de trabajo como por ejemplo contratando los guías que se necesita para el proyecto.

**Paisaje:** el paisaje integra un conjunto de elementos importantes para el producto turístico son elementos son visibles y no visibles, conforma un elemento integrador que debe ser valorado, por eso la necesidad de que los turistas cuiden y protejan los recursos.

#### **b) efectos del proyecto sobre el medio**

- **Desbroce y mejoramiento del terreno.** al momento de mejorar el estado del terreno se removerá especies vegetales invasoras, pero por lo agreste del terreno no se causará mayor impacto.

- **Construcción de la infraestructura:** sin duda alguna esta es la actividad que más impacto va a causar debido a todo el procedimiento y tiempo que se invierte para culminarla, el impacto principal es el ruido que se generará durante la construcción ya que este puede causar estrés en los habitantes.

Para confrontar los impactos que se generan frente a las acciones que perturban a los componentes ambientales, se marcó con signo (+) o (-) según la naturaleza de afectación para ir relacionando los impactos con las acciones. Una vez llenadas las cuadrillas se asignó valores de acuerdo al criterio de evaluación establecido.

- **Instalación de baterías sanitarias.** Complementado a la infraestructura estas son necesarias para satisfacer las necesidades de los turistas, pero esto a la vez generan impactos positivos.

- **Generación de desechos sólidos:** este tipo de actividad turística generará desechos sólidos orgánicos e inorgánicos, estos deben ser eliminados a través del sistema de recolección que existe en la parroquia.

### 1. Matriz de evaluación de impactos: Lázaro Lagos

COMPONENTES AMBIENTALES								IMPACTOS										
	1. limpieza del terreno	2. replanteo y nivelación	3. excavación	4. adecuación del sendero	5. Construcción	6. Instalación de baterías	7. Generación de desechos		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
<b>A. AIRE</b>	X			X	X	X	X	Emisión de gases y polvos contaminantes	(-)	1	1	C	Sc	2	3	C	S	6
<b>B. SUELO</b>	X				X	X		Compactación del suelo	(-)	1	1	D	Sc	2	3	M	S	6
	X			X	X			Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	(-)	1	1	D	Sc	2	3	C	S	3
<b>C. AGUA</b>	X		X		X	X	X	Contaminación en ríos y quebradas	(-)	0	3	D	Sc	1	3	C	S	8
<b>D. FLORA Y FAUNA</b>	X			X			X	Desequilibrio ecológico	(-)	1	1	D	Sc	2	3	M	N	5
<b>E. SOCIO-ECONÓMICO</b>	X	X			X			Aumento de turismo en la zona	+	1	3	D	Pr	2	3	L	S	13
	X				X			Dinamización de la economía local	+	1	2	D	Pr	2	3	M	S	9
<b>F. PAISAJE</b>	X				X	X		Generación y eliminación de Basura	(-)	1	2	D	Pr	1	2	C	S	6
	X	X	X		X		X	Perturbación por ruido	+	1	1	D	Pr	1	2	C	N	3

## 2. Matriz de cuantificación de impactos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES							TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7			
A	-6,			-6					12	12
B	-6, -3			-3			-6, -3	-	21	24
C	8		8			8		24	-	24
D	-6, -5			-5			-2, -5		23	23
E	+13, +14, +9, +14	+13, +14	+14+14		+13, +14, +14, +9, +14	+13 +14, +14	+14	224	-	224
F	-6, -3	-6		-6		-6	-6, -3	-	36	36
<b>TOTAL (+)</b>	<b>58</b>	<b>27</b>	<b>36</b>	<b>-</b>	<b>64</b>	<b>49</b>	<b>14</b>	<b>248</b>		
<b>TOTAL (-)</b>	<b>35</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>12</b>	<b>32</b>		<b>111</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>	<b>33</b>	<b>36</b>	<b>20</b>	<b>64</b>	<b>55</b>	<b>42</b>			<b>359</b>

En la matriz de evaluación de impactos para el centro de interpretación en Licán, se puede observar los impactos que puede llegar a provocar en el entorno natural, se procedió a calificar cada punto y es su mayoría se puede observar que los impactos son más positivos, pero sin embargo los impactos negativos que se va a generar con la implementación también son de consideración, la suma de estos da un total de 359.

### **3. Análisis de la matriz de Lázaro-Lagos**

De acuerdo a el análisis de la matriz de Lázaro Lagos se obtuvo que los impactos positivos son mayores a los impactos negativos, son mayores (248) que los negativos (111), determinando que al implementar el producto turístico en la parroquia Licán no provocará impactos ambientales de gran magnitud ya que en el proyecto se proponen actividades bajo el lineamiento de un turismo sostenible y responsable, sin embargo hay que tomar en cuenta que al ser una construcción se generara impactos negativos considerables pero con el debido manejo se lograra controlar y minimizar.

Algo muy importante a tomar en cuenta es la afectación que se causará a los elementos agua y aire que a pesar de ser mínimos se los debe considerar al momento de llevar a cabo la construcción ya que sin un manejo adecuado y responsable el impacto pasará de menor a alto.

### **4. Acciones para reducir impactos**

las acciones que se deben adoptar para reducir los impactos ambientales producto de la actividad turística en la parroquia deben empezar estableciendo buenas instrucciones y advertencias a los moradores durante el tiempo que dure la construcción de la infraestructura.

Una vez ya en funcionamiento el centro es importante que las personas hagan conciencia al momento de la visita ya que el cuidar la infraestructura se evitara el deterioro y que este provoque más desechos de construcción.

Para reducir el impacto que se genera por los desechos inorgánicos, se concientizará a los turistas y habitantes que queda prohibido arrojar basura no solo en el centro de interpretación sino también en los alrededores y en toda la parroquia, como medida preventiva se entregará fundas biodegradables a los visitantes para que depositen ahí sus desechos una vez terminado el recorrido las fundas serán depositadas en los basureros que estarán ubicados estratégicamente y posteriormente estos serán vaciados por el recolector de basura que recorre la parroquia.

## F. ESTUDIO ADMINISTRATIVO- LEGAL

### a. Organigrama funcional



### b. Requerimientos de talento humano para el área administrativa

**Tabla 5-73.** Talento Humano

Denominación	Cantidad	Gasto mensual	Gasto anual	Responsabilidades
Administrador(a)	1	650,00	\$ 4.452,00	Encargado de planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, el trabajo de la empresa.
Guardia	1	\$ 500,00	6000,00	Brinda la seguridad a los visitantes Cuida y protege los bienes existentes en la infraestructura
<b>Total</b>		<b>\$ 1150,00</b>	<b>\$ 10452,00</b>	

**Nota:** Requerimientos de talento humano para el área administrativa

## **b) Estudio legal**

### **a. Marco legal para la constitución y operación**

El producto turístico de tipología Centro de Interpretación establecido para la parroquia Licán del cantón Riobamba será manejado y administrado desde la junta parroquial quienes podrán tomar la decisión de generar una figura legal como empresa pública o a su vez incentivar a los habitantes de la parroquia a que formen una asociación que permita el manejo del centro bajo el criterio de asociatividad basados en la Ley de economía popular y solidaria que apoya los nuevos emprendimientos para esto es necesario hacer un análisis de todos los elementos legales que les permita trabajar y ejecutar el proyecto de forma legal, para este fin se cita a continuación los siguientes artículos:

#### **1. Constitución de la República del Ecuador:**

##### **Organización territorial del estado**

##### **Capítulo primero**

##### **Principios generales**

**Art. 238.-** Los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana.

##### **Capítulo cuarto**

**Art. 267.-** Los gobiernos parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley:

**2.** Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.

4. Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.

### **3. Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización**

#### **Capítulo IV**

#### **Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural**

##### **Sección Primera Naturaleza jurídica, sede y funciones**

**Artículo 64.-** Funciones. - Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural:

a) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial parroquial, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas parroquiales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales.

b) Diseñar e impulsar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;

c) Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados;

d) Articular a los actores de la economía popular y solidaria a la provisión de bienes y servicios públicos

e) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad

**Artículo 65.- Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural:**

Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural

Los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de otras que se determinen:

- a) Planificar junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad;
- b) Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales;
- c) Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural;
- d) Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente;
- e) Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno;
- f) Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales con el carácter de organizaciones territoriales de base;
- g) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias; y,
- h) Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios público

### **3) Ley de empresas públicas**

La Ley de empresas públicas orienta y controla la creación de empresas públicas en el territorio ecuatoriano; en primera instancia define que es una empresa pública, luego nos indica que tipos de empresas existen, quienes puedes forman empresas públicas y al final explica todo lo referente al funcionamiento de esta figura administrativa.

#### **a) Definición**

Las Empresas Públicas Según el art. 4 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas “Son entidades que pertenecen al Estado en los términos que establece la Constitución de la República, personas jurídicas de Derecho Público, con autonomía financiera, económica, administrativa y de gestión”.

Las Empresas Subsidiarias son empresas mercantiles de economía mixta creadas por la Empresa Pública, en las que el Estado o sus instituciones tengan la mayoría accionaria.

Las empresas filiales son sucursales de la empresa pública matriz que estarán administradas por un gerente, creadas para desarrollar actividades o prestar servicios de manera descentralizada o desconcentrada.

#### **b) Empresas públicas**

Según el artículo 1, numeral segundo de la Ley Orgánica de Empresas Públicas, publicada en el Registro 8 del 16 de octubre del 2009, expresamente señala:

**ÁMBITO.** - Las disposiciones de la presente Ley regulan la constitución, organización, funcionamiento, fusión, escisión y liquidación de las empresas públicas que no pertenezcan al sector financiero y que actúen en el ámbito internacional, nacional, regional, provincial o local; y, establecen los mecanismos de control económico, administrativo, financiero y de gestión que se ejercerán sobre ellas, de acuerdo a lo dispuesto por la Constitución de la República.

**OBJETIVOS.** - “Fomentar el desarrollo integral, sustentable, descentralizado y desconcentrado del Estado, contribuyendo a la satisfacción de las necesidades básicas de sus habitantes, a la utilización racional de los recursos naturales, a la reactivación y desarrollo del aparato productivo y a la prestación eficiente de servicios públicos con equidad social.

En el mismo texto legal según el artículo 5, numeral segundo, expresamente señala:” La creación de empresas públicas se hará:

- i. Mediante decreto ejecutivo para las empresas constituidas por la Función Ejecutiva;
- ii. Por acto normativo legalmente expedido por los gobiernos autónomos descentralizados; y,
- iii. Mediante escritura pública para las empresas que se constituyan entre la Función Ejecutiva y los gobiernos autónomos descentralizados, para lo cual se requerirá del decreto ejecutivo y de la decisión de la máxima autoridad del organismo autónomo descentralizado, en su caso.

Las empresas públicas pueden ejercer sus actividades en el ámbito local, provincial, regional, nacional, e internacional.

La denominación de las empresas deberá contener la indicación de “EMPRESA PÚBLICA” o la sigla “EP”.

El domicilio principal de la empresa estará en el lugar en que se determine mediante acto de creación y se podrá establecerse agencias o unidades de negocios.

### **c) Asociatividad**

El Artículo 35 habla de la Capacidad Asociativa y establece que las empresas públicas tienen capacidad asociativa para el cumplimiento de sus fines y objetivos empresariales y en consecuencia para la celebración de los contratos que se requieran, para cuyo efecto podrán constituir cualquier tipo de asociación, alianzas estratégicas, sociedades de economía mixta con sectores públicos y privados en el ámbito nacional o internacional o del sector de economía popular y solidaria, en el marco de las disposiciones del artículo 316 Constitución de la República.

### **d) Ley orgánica de economía popular y solidaria**

Constituyen actos de comercio o civiles sino actos solidarios y se sujetarán a la presente Ley.

Art. 6- Registro. - Las personas y organizaciones amparadas por esta Ley, deberán inscribirse en el Registro Público que estará a cargo del ministerio de Estado que tenga a su cargo los registros sociales. El registro habilitará el acceso a los beneficios de la presente Ley.

Art. 7- Glosario. - Para los fines de la presente Ley, se aplicarán las siguientes denominaciones:

- a) Organizaciones del sector asociativo, como "asociaciones";
- b) Organizaciones del sector cooperativista, como "cooperativas";
- c) Comité Interinstitucional de la Economía Popular y Solidaria y del sector Financiero Popular y Solidario, como "Comité Interinstitucional";
- d) Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, como "Superintendencia";
- e) Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, como "Instituto";
- f) Junta de Regulación del Sector Financiero Popular y Solidario, como "Junta de Regulación" y,
- g) Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias, como "Corporación".

## **Título II**

### **De la Economía Popular y Solidaria**

#### **Capítulo I**

##### **De las Formas de Organización de la Economía Popular y Solidaria**

Art. 8.- Formas de Organización. - Para efectos de la presente Ley, integran la Economía Popular y Solidaria las organizaciones conformadas en los Sectores Comunitarios, Asociativos y Cooperativistas, así como también las Unidades Económicas Populares.

Art. 9.- Personalidad Jurídica. - Las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria se constituirán como personas jurídicas, previo el cumplimiento de los requisitos que contemplará el Reglamento de la presente Ley.

La personalidad jurídica se otorgará mediante acto administrativo del Superintendente que se inscribirá en el Registro Público respectivo.

Las organizaciones en el ejercicio de sus derechos y obligaciones actuarán a su nombre y no a nombre de sus socios.

##### **Reglamento de la ley orgánica popular y solidaria**

Art. 2.- Asamblea Constitutiva.- Para constituir una de las organizaciones sujetas a la ley, se realizará una asamblea constitutiva con las personas interesadas, quienes, en forma expresa, manifestarán su deseo de conformar la organización y elegirán un Directorio provisional integrado por un Presidente, un Secretario y un Tesorero, que se encargarán de gestionar la aprobación del reglamento a ley orgánica de economía popular y solidaria estatuto social y la obtención de personalidad jurídica ante la Superintendencia.

Art. 3.- Acta Constitutiva. - El acta de la asamblea constitutiva a que se refiere el artículo anterior, contendrá lo siguiente:

1. Lugar y fecha de constitución;
2. Expresión libre y voluntaria de constituir la organización;

3. Denominación, domicilio y duración;
4. Objeto social;
5. Monto del fondo o capital social inicial;
6. Nombres, apellidos, nacionalidad, número de cédula de identidad de los fundadores;
7. Nómina de la Directiva provisional; y,
8. Firma de los integrantes fundadores o sus apoderados.

Art. 4.- Reserva de denominación. - Las asociaciones EPS y cooperativas en formación, reservarán en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en coordinación con la Superintendencia de Compañías, el uso de una denominación por el plazo de noventa días dentro de los cuales presentarán la documentación para el otorgamiento de la personalidad jurídica.

En el caso de las cooperativas de transporte, la reserva se mantendrá vigente por un año.

Art. 5.- Requisitos organizaciones comunitarias. - Las organizaciones comunitarias para la obtención de personalidad jurídica presentarán ante la Superintendencia una solicitud, junto con el acta constitutiva, suscrita al menos por diez miembros fundadores y copia de la cédula de identidad del representante provisional y el certificado de depósito del aporte del fondo social inicial por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social.

Art. 6.- Requisitos asociaciones EPS. - Las asociaciones EPS, por su parte presentarán los siguientes documentos:

1. Solicitud de constitución;
2. Reserva de denominación;
3. Acta constitutiva, suscrita por un mínimo de diez asociados fundadores;
4. Lista de fundadores, incluyendo, nombres, apellidos, ocupación, número de cédula, aporte inicial y firma;
5. Estatuto social, en dos ejemplares; y,
6. Certificado de depósito del aporte del capital social inicial, por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, efectuado, preferentemente, en una cooperativa de ahorro y Crédito.

f) **Activos diferidos****Tabla: 5-74.** Activos diferidos

<b>Activos diferidos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Capacitación</b>			
Capacitación al nuevo personal	2	\$ 250,00	\$ 500,00
<b>Gastos de constitución</b>	1	\$ 1020	\$ 1020,00
<b>Total</b>			<b>1520,00</b>

**Nota:** Investigación de campo parroquia Licán año 2016

g) **Materiales e insumos****Tabla 5-75.** Materiales e insumos

<b>Insumos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Resma de hojas	10	\$ 3,75	37,50
Tinta para impresora(juegos)	3	\$ 3,00	9,00
Clips (caja)	3	\$ 1,50	4,50
Corrector líquido	5	\$ 1,50	7,50
Agenda	5	\$ 6,00	30,00
Flash	2	\$ 10,00	20,00
Lápices (caja)	2	\$ 1,25	2,50
Esferos (caja)	2	\$ 1,25	2,50
Grapas (caja)	5	\$ 1,00	5,00
Porta clips	2	\$ 2,00	4,00
Sellos	2	\$ 3,00	6,00
<b>Total</b>			<b>128,50</b>

**Nota:** Materiales e insumos necesarios para el área, investigación de campo, 2016

## G. ESTUDIO Y ANÁLISIS ECONÓMICO

### 1. Estudio Económico

#### a. Inversiones del proyecto

**Tabla 5-76.** Inversiones

Tipo de Inversión	Valor de la Inversión	Total, de la inversión
<b>Activos fijos</b>		<b>88364,00</b>
Infraestructura	84878,00	
Medios interpretativos	1125,00	
Equipo de Computo	1200,00	
Muebles y enseres	1161,00	
<b>Activos diferidos:</b>		<b>2750,00</b>
Patentes y Constitución	1020,00	
Publicidad (antes del funcionamiento)	930,00	
Capacitación (antes del funcionamiento)	800,00	
<b>Capital de Trabajo:</b>		<b>\$ 21842,00</b>
Materiales e insumos	867,90	
Materias primas	3432,00	
Servicios básicos	500,00	
Sueldos y salarios	17.042,10	
<b>Total</b>		<b>112.956,00</b>

Nota: Trabajo de campo, 2016.

#### b. Usos y fuentes de financiamiento

El presupuesto general del estado asignado a la parroquia Licán para el año 2015, es de 224.649,28 USD, los mismo que deben ser asignados para el cumplimiento de las 8 competencias designadas para este nivel de gobierno, según reposa en el COOTAD art, 65 de las competencias exclusivas del GAD parroquial literal g dice: Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de

sus competencias, es decir que el Gobierno puede buscar ayuda para la implementación del proyecto en ONG que estén dispuestas a invertir en la parroquia.

Otra forma de cubrir la inversión sería realizando un crédito quirografario en la Corporación financiera Nacional, institución que facilita desde créditos desde 40,000 hasta 200.000 para pequeñas y medianas empresas (PYMES), de esta manera se financiaría el 70% para incentivar proyectos nuevos con una tasa de interés del 11%.

**Tabla 5-77.** Activos diferidos

Tipo de Inversión	Valor de la Inversión	Fuentes	
		Recursos propios	Préstamo
<b>Activos fijos</b>			
Infraestructura	84878,10	42439,05	42439,05
Medios interpretativos	1125,00	562,50	562,50
Equipo de computo	1200,00	600,00	600,00
Muebles y enseres	1161,00	580,50	580,50
<b>Activos diferidos:</b>			
Patentes y constitución	1020,00	510,00	510,00
Publicidad	930,00	465,00	465,00
Capacitación	800,00	400,00	400,00
<b>Capital de Trabajo:</b>			
Materiales e insumos	867,90	433,95	433,95
Materias primas	3432,00	1716,00	1716,00
Servicios básicos	500,00	250,00	
Sueldos y salarios	17.042,10	4352,05	8521,05
<b>Total</b>	<b>112.956,00</b>	<b>12856,95</b>	<b>56478,05</b>

Nota: Trabajo de campo, 2016.

### c. Cálculo del pago de la deuda

<b>Monto</b>	56478,05
<b>Interés</b>	11%
<b>Tiempo</b>	5

**Tabla 5-78.** Tabla de amortización de la deuda

<b>Año</b>	<b>Préstamo</b>	<b>Interés</b>	<b>Cuota</b>	<b>Capital a Pagar</b>	<b>Saldo</b>
2017	<b>56478,05</b>	\$ 6.212,59	\$ 15.281,28	\$ 9.068,70	\$ 47.409,35
2018	\$ 47.409,35	\$ 5.215,03	\$ 15.281,28	\$ 10.066,25	\$ 37.343,10
2019	\$ 37.343,10	\$ 4.107,74	\$ 15.281,28	\$ 11.173,54	\$ 26.169,55
2020	\$ 26.169,55	\$ 2.878,65	\$ 15.281,28	\$ 12.402,63	\$ 13.766,92
2021	\$ 13.766,92	\$ 1.514,36	\$ 15.281,28	\$ 13.766,92	\$ 0,00

**Nota:** Trabajo de campo, 2016

### d. Financiamiento

**Tabla: 5-79.** Formas de financiamiento

<b>Fuente</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Por ciento</b>
Recursos Propios	<b>56478,05</b>	50%
Préstamos	<b>56478,05</b>	50%
<b>Total</b>	<b>112.956,00</b>	100%

**Nota:** Trabajo de campo, 2016.

### e. Depreciaciones

**Tabla: 5-80.** Tabla de depreciaciones

<b>Activos fijos</b>	<b>Valor del bien</b>	<b>Depreciación</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Años del proyecto</b>	<b>Depreciación del bien en el proyecto</b>
E. de computo	\$ 1.200,00	3	\$ 36,00	5	\$ 180,00
Edificio	84	20	3819,51	5	15632,12
Muebles y enseres	\$ 1.161,00	10	\$ 34,83	5	\$ 174,15

**Nota:** Investigación documental, 2016. tabla de cálculo de las depreciaciones

## f. Amortización de diferidos

**Tabla: 5-81.** Amortización de Activos diferidos

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
930,00	\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00

**Nota:** Investigación de campo, 2016.

## 11. Estructura de costos y gastos

**Tabla 5-82.** Costos y gastos

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>AÑO</b>				
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b><u>Gastos administrativos</u></b>	<b>\$ 18.410,00</b>	<b>\$ 21.473,42</b>	<b>\$ 23.191,30</b>	<b>\$ 25.046,60</b>	<b>\$ 27.050,33</b>
Requerimiento para el funcionamiento	2.750	\$ 3.207,60	\$ 3.464,21	\$ 3.741,34	\$ 4.040,65
Sueldos y Salarios	\$ 17.042,10	\$ 19.877,91	\$ 21.468,14	\$ 23.185,59	\$ 25.040,44
Materiales e Insumos	867,9	\$ 1.012,32	\$ 1.093,30	\$ 1.180,77	\$ 1.275,23
Servicios Básicos	\$ 500,00	\$ 583,20	\$ 629,86	\$ 680,24	\$ 734,66
<b><u>Gastos de ventas</u></b>	<b>\$ 800,00</b>	<b>\$ 933,12</b>	<b>\$ 1.007,77</b>	<b>\$ 1.088,39</b>	<b>\$ 1.175,46</b>
Capacitación	\$ 800,00	\$ 933,12	\$ 1.007,77	\$ 1.088,39	\$ 1.175,46
<b><u>Gastos financieros</u></b>	<b>\$ 6.212,59</b>	<b>\$ 47.409,35</b>	<b>\$ 37.343,10</b>	<b>\$ 26.169,55</b>	<b>\$ 13.766,92</b>
Intereses durante	\$ 6.212,59	\$ 47.409,35	\$ 37.343,10	\$ 26.169,55	\$ 13.766,92
<b>Total</b>	<b>\$ 38.358,59</b>	<b>\$ 84.904,45</b>	<b>\$ 77.837,80</b>	<b>\$ 69.903,83</b>	<b>\$ 60.999,94</b>

**Nota:** Investigación documental, 2016.

## 12. Estado de resultados

**Tabla 5-83.** Estado de resultados

<b>Denominación</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Ventas	\$ 63.101,68	\$ 68.154,24	\$ 73.612,48	\$ 79.513,28	\$ 85.856,64
Gastos administrativos	\$ 10.331,50	\$ 12.050,66	\$ 13.014,71	\$ 14.055,89	\$ 15.180,36
-Gastos en Ventas	\$ 1.540,00	\$ 1.796,26	\$ 1.939,96	\$ 2.095,15	\$ 2.262,77
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$ 29.964,59</b>	<b>\$ 29.503,14</b>	<b>\$ 31.869,29</b>	<b>\$ 34.430,63</b>	<b>\$ 37.167,38</b>
-Gastos Financieros	\$ 4.169,19	\$ 3.550,83	\$ 2.839,72	\$ 2.021,95	\$ 1.081,51
<b>Utilidad antes de repartición de impuesto</b>	<b>\$ 25.795,40</b>	<b>\$ 25.952,31</b>	<b>\$ 29.029,57</b>	<b>\$ 32.408,69</b>	<b>\$ 36.085,88</b>
-Repartición de utilidades 15%	\$ 3.869,31	\$ 3.892,85	\$ 4.354,43	\$ 4.861,30	\$ 5.412,88
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	<b>\$ 21.926,09</b>	<b>\$ 22.059,46</b>	<b>\$ 24.675,13</b>	<b>\$ 27.547,38</b>	<b>\$ 30.672,99</b>
<b>Impuestos 22%</b>	<b>\$ 4.823,74</b>	<b>\$ 4.853,08</b>	<b>\$ 5.428,53</b>	<b>\$ 6.060,42</b>	<b>\$ 6.748,06</b>
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 17.102,35</b>	<b>\$ 17.206,38</b>	<b>\$ 19.246,60</b>	<b>\$ 21.486,96</b>	<b>\$ 23.924,94</b>

Nota: Investigación documental, 2016.

## 13. Flujo de caja

**Tabla: 5-84** Activos diferidos

<b>Denominación</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Inversiones	<b>56478,05</b>					
Valor De Salvamento						\$ 1.795,50
Depreciaciones		\$ 897,75	\$ 897,75	\$ 897,75	\$ 897,75	\$ 897,75
Utilidad Neta		\$ 22.572,88	\$ 26.491,73	\$ 35.770,56	\$ 52.598,39	\$ 83.081,15
Flujo de caja neta	\$ -56.478,05	\$ 23.470,63	\$ 27.389,48	\$ 36.668,31	\$ 53.496,14	\$ 83.978,90

Nota: Investigación documental, 2016.

## 2. Evaluación Financiera

**Tabla: 5-85.** Evaluación financiera

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
<b>VAN (Valor Actual Neto)</b>	\$ 51.901,54
<b>TIR (Tasa Interna de Retorno)</b>	21%
<b>RBC (Relación beneficio costo)</b>	1,99
<b>PRC (Periodo de rendición del capital)</b>	entre el segundo y tercer año

**Nota:** Trabajo de campo, 2016.

### a. Valor actual neto

El Valor actual neto se calculó con la tasa pasiva de 5%, obteniendo un VAN positivo de \$ 123.455 lo cual es favorable puesto que se genera ganancias.

### b. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno es del 21% en relación con el 5% que es la tasa pasiva de los bancos, es decir, que si se invierte en el proyecto la ganancia será un 17% más que la que otorgan los bancos.

### c. Relación beneficio / costo

La relación costo beneficio da como resultado que por cada dólar invertido se va a recuperar 0,99 centavos de dólar

### d. Período de rendición del capital

El periodo de rendición del capital en el proyecto turismo va a ser entre el segundo y tercer año donde recuperará lo invertido y comenzar las ganancias del proyecto.

## VI. CONCLUSIONES

- La parroquia Licán, es un lugar donde el turismo no se ha desarrollado, una vez evaluado el potencial turístico se encontró que en el territorio existen atractivos naturales los cuales alcanzan jerarquía **I y II**, caracterización que nos indica que son atractivos que pueden no motivan la visitación hacia la parroquia, por esta razón se buscó fortalecer los atractivos culturales de la misma y se planteó como producto turístico la creación del Centro de interpretación cultural.
- El análisis de audiencia permitió identificar gustos y preferencias que tienen los turistas nacionales y extranjeros al momento de realizar turismo, características que ayudaron a definir el diseño del centro de interpretación, donde se identificó el desconocimiento que tienen los turistas que utilizan el ferrocarril sobre los atractivos culturales que posee la parroquia.
- La creación del centro de interpretación pretende generar alternativas de turismo sostenible, aprovechando el paso del ferrocarril por la parroquia, lo que generará que la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador incluya al centro de interpretación como para obligatoria dentro de los paquetes turísticos ofertados para la ruta de la quinua.
- La evaluación del potencial interpretativo establece que el 50% de los atractivos tienen un Índice de Potencial Interpretativo superior a 0,80 y el otro 50% poseen un IPI que supera el 0,71. Dando como resultado un promedio de calificación Alto lo que significa, que los atractivos culturales cuentan con rasgos adecuados para ser interpretados.
- El centro de interpretación propuesto como proyecto fue diseñado en base a el porcentaje de aceptación de la propuesta y según el perfil de los turistas, con precios accesibles, de esta manera se pretende contribuir al desarrollo sostenible de la parroquia. A la vez los medios interpretativos diseñados facilitaran la interpretación del patrimonio fomentando su cuidado y protección.
- El centro de interpretación fue diseñado bajo las leyes y reglamentos que rigen a nuestro país en el ámbito turístico, de esta manera se garantiza la legalidad de la actividad y sobre todo el involucramiento del GAD parroquial en proyectos de turismo sostenible.

- Con el análisis ambiental se determinó que el proyecto en la parroquia es viable, debido a que los impactos positivos son mayores a los impactos negativos, dando a conocer que al momento de la implementación no causará impactos ambientales de gran magnitud, siempre y cuando se tomen en cuenta las medidas de mitigación planteadas en el presente trabajo.
- El análisis económico financiero determinó que el diseño e implementación del centro de interpretación Licán jardín cultural es un proyecto viable y rentable.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- A.** La implementación del proyecto debe estar basado en el trabajo coordinado entre el GAD parroquial y los pobladores, porque la viabilidad del mismo no solo se ve reflejado en un análisis económico sino también en el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores de la parroquia.
- B.** Es importante que el gobierno parroquial haga uso de una de sus competencias que le da la facultad de gestionar la cooperación internacional de ONGS, que pueden apoyar con fondos económicos que faciliten la implementación del proyecto.
- C.** Se debe dar capacitaciones regulares al personal que trabajará en el centro de interpretación de esta manera se garantizará un mejor desempeño en el cargo que sea asignado.
- D.** Se debe fortalecer las estrategias de comercialización con las instituciones educativas, de esta manera se garantizará la afluencia de turistas al centro de interpretación
- E.** Utilizar la marca del centro de interpretación según los parámetros establecidos en el manual de marca
- F.** Los pobladores de la parroquia deben empoderarse del proyecto ya que en sus manos está la conservación de los recursos culturales considerados como la materia prima de la actividad turística.

## **VIII. RESUMEN**

La presente investigación propone: diseñar un producto turístico para la parroquia Licán, en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo; se validó el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia tomando en cuenta los subsistemas del diagnóstico establecidos en la matriz SENPLADES, posteriormente se realizó el estudio de mercado, lo que permitió identificar que la oferta de atractivos turísticos naturales en la parroquia es muy limitada por consiguiente se propone la creación de un producto turístico bajo el lineamiento centro de interpretación aprovechando los recursos culturales y el paso del ferrocarril, el análisis de la demanda ayudó a determinar los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros que visitan y hacen uso del servicio ferroviario en la provincia, luego determinó el índice de potencial interpretativo de los atractivos culturales de la parroquia. El centro de interpretación estará diseñado para que los turistas conozcan el proceso de fundición del bronce y las festividades del niño Rey de Reyes atractivos culturales de relevancia del sector, también contará con una imagen corporativa que será utilizado en todos los medios publicitarios. La figura legal propuesta para el manejo del centro es mediante la creación de una empresa pública basada en la ley de economía popular y solidaria. se determinó la factibilidad económica financiera del proyecto donde se obtuvo un TIR del 21%, la recuperación del capital será a partir del tercer año y la relación B/C es de 1,99 dólares. Se concluye que La creación de este Centro pretende crear alternativas de turismo sostenible, permitiendo que esta parroquia sea promocionada turísticamente a nivel nacional e internacional.

**Palabras clave:** PRODUCTO TURÍSTICO - DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES - TURISMO SOSTENIBLE.

Por: Paola Granizo



## **IX. SUMMARY**

The present research proposes: to design a tourism product in Lican Parish, Riobamba Canton, Chimborazo province; the Territorial Planning Development Plan of the parish was validated, taking into account the subsystems of the diagnosis that was established in the SENPLADES matrix, later, the market study was carried out, it allowed to identify that the natural tourist attractions offer in the parish is very limited for this reason it is proposed the creation of a tourist product under the guideline interpretation center taking advantage of cultural resource and the passage of railway, the analysis determined that the tastes and preferences of national and foreign tourists who visit and make use of the railway service in the province, then the index of potential interpretive of the cultural attractions of the parish was determined. The interpretation center will be designed so that tourists know the bronze casting process and the Rey de Reyes festivities cultural relevance in the sector, also it will have a corporate image that will be used in all advertising media. The proposed legal figure for the management of the center will be through the creation of a public company based on Ley de Economía Popular y solidaria feasibility of the project was determined, it was obtained a TIR of 21%, the capital recovery will be from the third year and the B/C ratio is \$ 1.99. it is concluded that the creation of this Center aims to create sustainable tourism alternatives, allowing this parish to promote tourism nationally and internationally.

Keywords: TOURISM PRODUCT, NATIONAL TOURIST ATTRACTIONS, SUSTAINABLE TOURISM.



## **IX. BIBLIOGRAFÍA**

- Andino, B. (2014). *Turismo Sostenible*. Recuperado el 12 de septiembre de 2015. Disponible En URL: <http://www.biocomercioecuador.ec/sectores-y-empresas/turismo-sostenible>
- Arboleda, G. (1998). *Factores condicionantes de la sostenibilidad como una dimensión estratégica del desarrollo turístico mexicano*. Departamento de Turismo. Universidad Autónoma de Aguascalientes. Aguas Calientes-México. pp. 132-135.
- Balestrini. (1997). Concepto de validar. Recuperado el 19 de septiembre de 2015. Disponible en URL: <https://definicion.de/validacion/>
- Bouillon Roberto. (2002). *Concepto de turismo, Planificación del espacio turístico*. Recuperado el 21 de marzo del 2015. Disponible en URL: [https://www.academia.edu/7023645/Planificaci%C3%B3n\\_del\\_espacio\\_tur%C3%A9stico.\\_Roberto\\_Bouillon](https://www.academia.edu/7023645/Planificaci%C3%B3n_del_espacio_tur%C3%A9stico._Roberto_Bouillon)
- Blanco Marvin. (2008). Grupo Técnico de Apoyo del PRODAR-IICA, *Guía Para La Elaboración Del Plan De Desarrollo Turístico De Un Territorio*; Documento producido en el marco del Convenio de colaboración entre IICA Costa Rica y el Programa de Desarrollo Agroindustrial Rural (PRODAR)
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2014). *El estudio de línea de base en un diagnóstico participativo de comunicación rural*. Recuperado el 20 de marzo del 2015. Disponible en URL: <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/y5793s/y5793s03.pdf>. p. 81.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo. (2011) *Provincia mágica en la mitad del mundo*. Recuperado el 20 de septiembre del 2015. Disponible en URL: <http://www.chimborazo.gob.ec/chimborazo/index.php>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Licán. (2011). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Licán. Recuperado el 23 de octubre de 2015. Disponible en URL: <http://www.lican.gob.ec/cgi-sys/suspendedpage.cgi>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Licán. (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Licán actualizado. Recuperado el 23 de octubre de 2015. Disponible en URL: <http://www.lican.gob.ec/cgi-sys/suspendedpage.cgi>
- Gurria, M. (2007). *Análisis de la competencia*. Recuperado el 17 de marzo del 2015 Disponible en URL: <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-de-la-competencia/>.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2008). *Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio*”. Recuperado el 21 de marzo del 2015. Disponible en URL: <http://www.territorioscentroamericanos.org/experiencias/Documents/Costa%20Rica/M.%20Guía%20turismo%20territorio.pdf>.
- Komiya, A. (2013). *Análisis de la competencia*. Recuperado el 17 de marzo del 2015. Disponible en URL: <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-de-la-competencia/>.
- López, H. (2002). *Producto Turístico*. Recuperado el 16 de noviembre del 2015. Disponible en URL: <http://w.w.w.eumed.net.ce/>

- Martínez, E. (2006). *Diagnóstico situacional*. Recuperado el 16 de marzo del 2015. Disponible en línea URL: <http://www.slideshare.net/kheiron/diagnosticosituacional>
- Ministerio de Turismo, (2004). *Metodología para inventario de atractivos, Glosario de términos Turísticos*. Recuperado el 18 de septiembre de 2015. Disponible en URL: <http://www.wordtourism.org/sustainable/esp/top/concepts.html>.
- Ministerio de Turismo, (2014). *All You Need is Ecuador, ingresos por turismo, Glosario de términos Turísticos*. Recuperado el 18 de septiembre de 2015. Disponible en URL: <http://www.wordtourism.org/sustainable/esp/top/concepts.html>.
- Ministerio del Ambiente del Ecuador. (2012). *Sistema de Clasificación de los Ecosistemas del Ecuador Continental*. Subsecretaría de Patrimonio Natural. Quito.
- Organización Mundial del Turismo, (2005). *Concepto de turismo*. Recuperado el 19 de marzo de 2015. Disponible en URL: <http://www2.unwto.org/es>.
- Pinto. (2009). *Administración, tributación, marketing, finanzas, estrategias*. Recuperado el 18 de marzo de 2015. Disponible en <http://admblog.undermedia.com.ec/index.php/que-es-un-estudio-de-mercado>.
- Ricaurte, C. (2006). *Marketing Turístico*. Riobamba, Ecuador. 49-69pp
- Santacana, J. (2005). *Museografía didáctica, museos y centros de interpretación del patrimonio histórico*. Recuperado el 21 de marzo del 2016. Disponible en [https://www.wikanda.es/wiki/Centro\\_de\\_interpretaci%c3%b3n](https://www.wikanda.es/wiki/Centro_de_interpretaci%c3%b3n)
- Smith, S. (2012). *La importancia del tamaño de muestra en una investigación*. Recuperado el de octubre de 2015. Disponible en URL: [http://www.ehowenespanol.com/importancia-del-tamano-muestra-investigacion-hechos\\_103210/](http://www.ehowenespanol.com/importancia-del-tamano-muestra-investigacion-hechos_103210/).
- Unión Internacional de Conservación de la Naturaleza. (1996). *Ecoturismo genuino*. Recuperado el 19 de septiembre del 2015. Disponible en URL: <http://www.ecoturismogenuino.com/definiciones-ecoturismo/>
- Villegas, A. (2012). *Conceptos preliminares de estadística*. Recuperado el 20 de octubre del 2015. Disponible en URL: [www.uaca.ac.cr/bv/ebooks/estadistica/9.pdf](http://www.uaca.ac.cr/bv/ebooks/estadistica/9.pdf).

## X. ANEXOS

### Anexo 1. Matriz SENPLADES para el diagnóstico situacional.

AMBITOS	INFORMACION A RECABAR
<b>BIOFÍSICO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Descripción de los recursos naturales sobre el cual se asienta la población y sus actividades.</li></ul>
<b>SOCIO CULTURAL</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Análisis de la estructura, composición, dinámica de la población. Adicionalmente, incluye el análisis del nivel de acceso y calidad de los servicios básicos y sociales, y de los patrones culturales e identitarios.</li></ul>
<b>ECONÓMICO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Análisis de las principales actividades económicas el territorio, y de las relaciones entre los factores productivos que permiten el desarrollo de la economía.</li><li>• Adicionalmente, describe los niveles e instrucción, especialización, habilidades y aptitudes que posee la población económicamente activa en el territorio.</li></ul>
<b>ASENTAMIENTOS HUMANOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Análisis de la distribución y ocupación de la población en el territorio.</li></ul>
<b>MOVILIDAD, ENERGÍA CONECTIVIDAD</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Análisis de redes que permiten articular a la población con el medio físico y sus actividades.</li></ul>
<b>POLÍTICO INSTITUCIONAL Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Análisis de la estructura y capacidad institucional del GAD y de los diferentes actores públicos y privados para resolver conflictos, potenciar complementariedades en las acciones y fomentar la participación ciudadana.</li></ul>

## Anexo 2. Encuesta en español



**Escuela Superior Politécnica de Chimborazo**  
**Facultad de Recursos Naturales**  
**Ingeniería en Ecoturismo**

El propósito de las presentes encuesta es conocer el nivel de aceptación que tendría la creación de un centro de interpretación en la parroquia Licán a través de un estudio de mercado y análisis de audiencia, con el fin de impulsar el turismo cultural. Esta encuesta es de carácter anónimo. Se pide responder con sinceridad. Gracias

- 1. Edad:** 15-25   
 26-35   
 36-45   
 46-55   
 56-65
- 2. Género:** Masculino   
 Femenino
- 3. Procedencia:**  
 País   
 Ciudad

#### 4. Nivel de estudios

Primaria  Secundaria  Superior

#### 5. ¿Conoce Ud. ¿Sobre los atractivos que existen en la parroquia Licán?

SI  NO

#### 6. ¿Qué tipo de medio de información usted prefiere utilizar para informarse sobre nuevos atractivos turísticos?

Radio  Internet  Folletos  Televisión  Revistas o periódicos

#### 7. Cuando Ud. Viaja lo hace:

Solo  Amigos  Familia  Pareja  Otros

**8. ¿Le gustaría que el centro de interpretación sea una parada necesaria en la ruta del ferrocarril?**

Sí  No

**9. ¿Estaría de acuerdo con que el centro de interpretación sea guiado por una persona nativa del lugar?**

Sí  No

**10. ¿Cuánto tiempo destinaria Ud. para visitar el centro de interpretación?**

30- 45 minutos  46 minutos- 1 hora  más de una hora

**11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por visitar el centro de interpretación?**

De 3,00 a 4,00 dólares  De 4 a 5,00 dólares  Más 5,00 dólares

**¡Gracias por su colaboración !**

### Anexo 3. Encuesta para el análisis de audiencia turistas nacionales

#### 1. ¿Conoce Ud. ¿Lo que es un Centro de interpretación?

SI

NO

Un **centro de interpretación** es un espacio que revela el significado y la relación del patrimonio con el visitante que llega hasta el sitio turístico que lo contiene, a través de experiencias directas y aplicando los principios, cualidades y estrategias de la disciplina (Interpretación del Patrimonio).

#### 2. ¿Señale qué tipo de medios de interpretación le gustaría que se utilice en el centro de interpretación

Murales

Medios audiovisuales

Paneles interpretativos

Maquetas

#### 3. Indique qué tipo de información le gustaría que se exponga en los medios elegidos anteriormente.

Costumbres ancestrales

Proceso artesanal de la fundición de bronce

Historia de la parroquia

Flora y fauna

La Iglesia de San Pedro

Festividades y personajes tradicionales

**¡Gracias por su colaboración**

#### Anexo 4. Encuesta turistas extranjeros.



**Escuela Superior Politécnica de Chimborazo**  
**Facultad de Recursos Naturales**  
**Ingeniería en Ecoturismo**

The purpose of this survey is to know the level of acceptance of the creation of an interpretation center in the Licán parish, in order to promote cultural tourism.

This survey is anonymous. It is asked to answer honestly. Thank you

- 1. Age:** 15-25   
 26-35   
 36-45   
 46-55   
 56-65

- 2. Gender:** Masculino   
 Femenino

- 3. Origin:**  
 Country

- 4. Civil status:**  
 Single   
 Married   
 Others

- 5. Study level**  
 Primary   
 Secondary   
 University   
 Others

**6. Who do you travel with?**

- Friends   
 Family   
 Couple   
 Others

**7. ¿ You would be interested in visiting an interpretation center in the Licán ?**

YES

NO

8. ¿If your previous answer was affirmative, indicate what kind of media you would like to use at the Interpretation Center?

9. ¿He would like the interpretation center in Licán to be a mandatory stop for the railroad?

Yes  No

10. ¿How much time you would spend to visit the interpretation center?

30- 45 minutes  46minutes- 1 hour  hour more than one hour

11. ¿I would agree that the interpretation center is guided by a person native to the place?

From 1.00 to 2.00 dollars  From 2.01 to 3.00 dollars  More 3.01

12. ¿What type of information medium do you prefer to use to find out about tourist products?

Radio  Internet  Brochures  Television  Magazines or newspapers

¿Thank you for your cooperation?

## Anexo 5. Encuesta para el análisis de audiecia turistas extranjeros

### 1. Know What is an Interpretation Center

YES

NO

An interpretation center is a space that reveals the meaning and the relation of the heritage with the visitor that arrives until the tourist site that contains it, through direct experiences and applying the principles, qualities and strategies of the discipline (Interpretation of the Heritage) .

### 2. What type of interpreting media would you like to use in the Interpretation Center?

Wall Murals

Media Interpretive

Interpretive Panels

Models

### 3. Indicate what kind of information you would like to be exposed in the previously chosen media.

Ancestral customs

Bronze Handicrafts

History of the parish

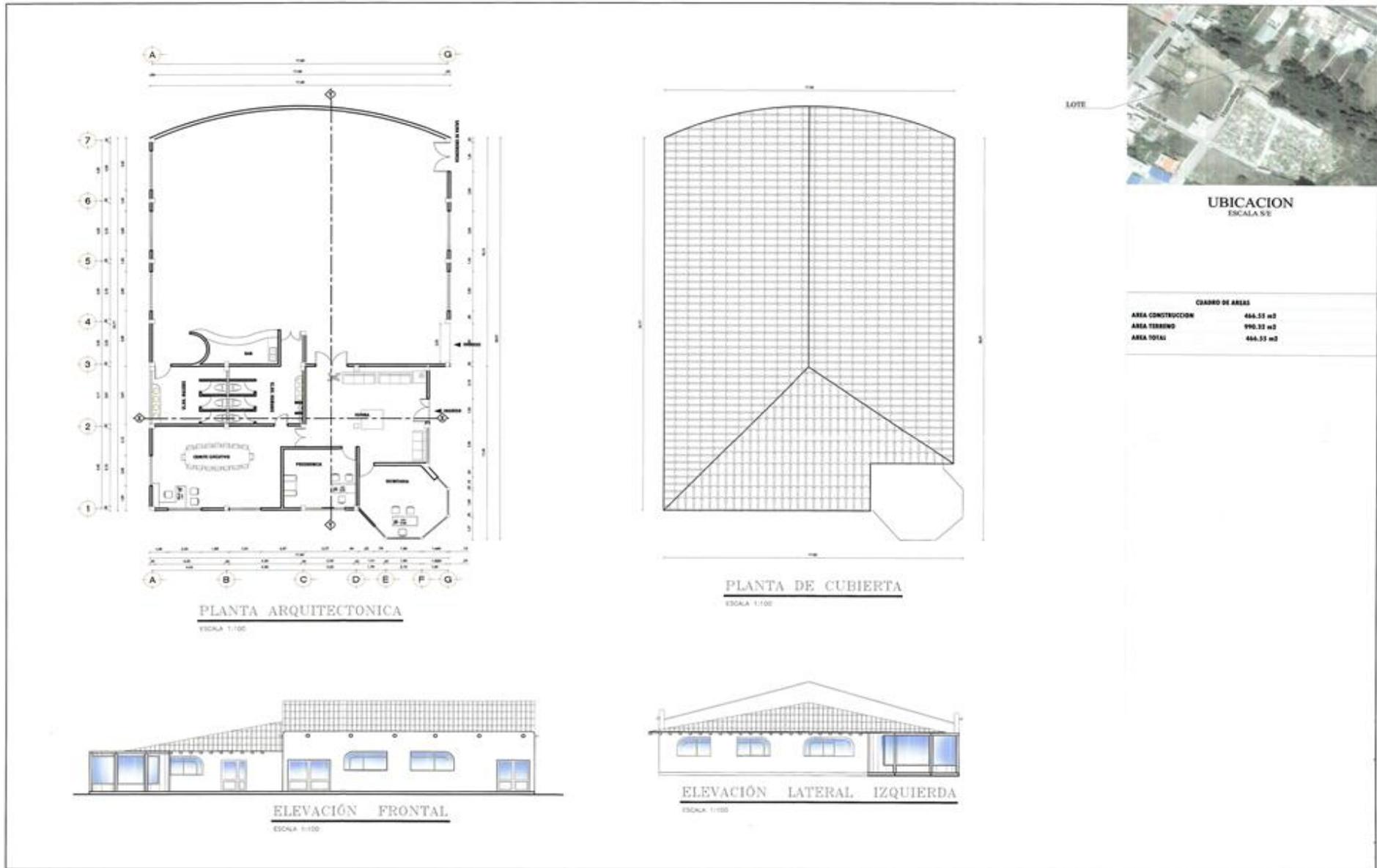
Flora and fauna

The Church of St. Peter

Traditional Festivities

**¿Thank you for your cooperation?**

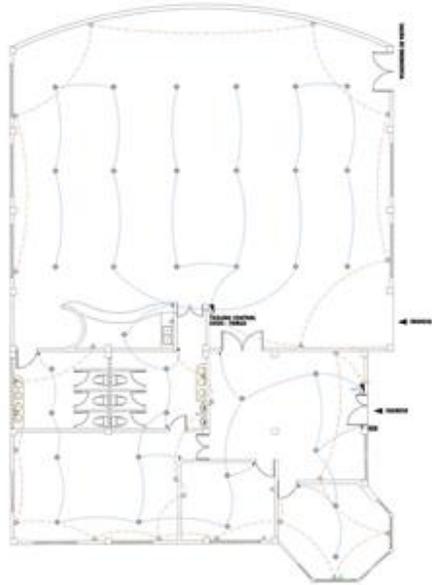
Anexo 6 Planos del proyecto





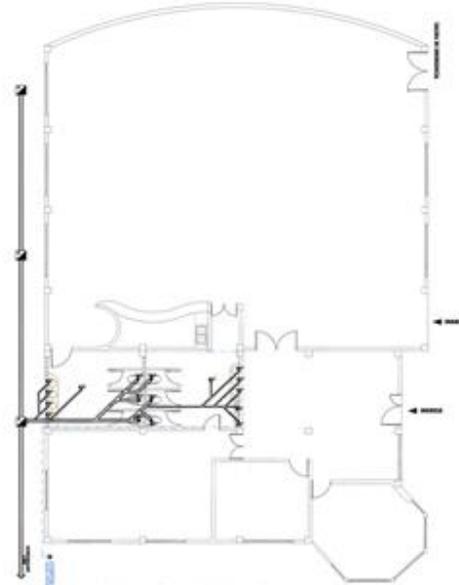
**INSTALACIONES ELECTRICAS - HIDROSANITARIAS**

ESCALA 1:100



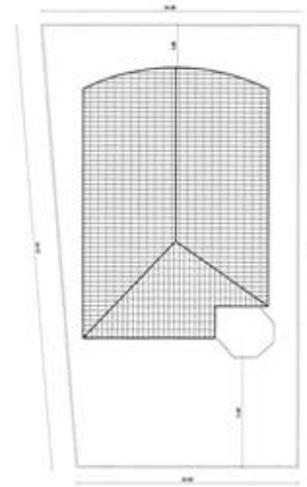
**PLANTA ARQUITECTONICA**

ESCALA 1:100



**PLANTA ARQUITECTONICA**

ESCALA 1:100



**IMPLANTACION GENERAL**

ESCALA 1:200



**UBICACION**  
ESCALA 1:50

SIMBOLOGIA (INST. ELECTRICAS)	
BOQUIN DE BARRIO	BO
TUBO DE CABLES	LCB
PUNTO DE LEE	PL
APORTE DE FASES	PF
RECORRIDO CABLE	CC
RECORRIDO BARRIO	CB
RECORRIDO COMPARTIM	CCOM
CABLE CABLEADO	CC
CABLE DE ALIMENTACION 4x17' 2 x 11'	CA
CABLE DE TERMOESTABILIZACION 4x17' 2 x 11'	CT
CABLE DE TIERRAS	CA
TUBO DE 1/2"	BT
CABLE DE 1/2"	CB
PARQUE ELECTIVO	PE
CABLE DE PUNTO SUAVIZADO	CS
BOQUIN SUAVIZADO	BS
RECORRIDO SUAVIZADO DE ALIMENTACION	CSA
TUBO PARA PUNTO SUAVIZADO	CSB
TERMOESTABILIZACION	CT

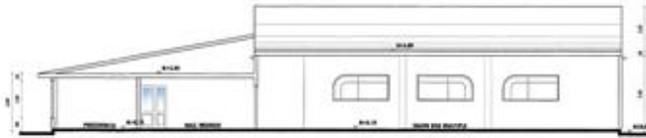
INSTALACIONES SANITARIAS	
CAMA DE DESHECHO	CD
ALICATE DE AGUA SERVIDA	AS
ALICATE DE AGUA SUAVIZADA	ASU
TUBERIA DE VENTILACION	TV
TUBERIA DE PISO	TP
TUBERIA PVC PARA SERVIDA	TPVC
TUBERIA PVC PARA SUAVIZADA	TPVCU

INSTALACIONES HIDROSANITARIAS	
TUBERIA PVC TERMOESTABILIZADA PARA AGUA POTABLE 1/2"	TPVC
ALICATE O PUNTO DE AGUA	PA
TUBERIA PARA AGUA CALIENTE	TC
TERMOESTABILIZACION	CT
BOQUIN DE SERVIDA PVC 1/2" x 1/2"	BS
COLUMNINA DE ALIMENTACION PVC 2 1/2"	CA
VALVULA DE SERVIDA	VS
VALVULA CRUCE	VC
DISPOSITIVO PARA SERVIDA DE SERVIDA	DS
REVISION	R
BOQUIN SUAVIZADO	BSU
REVISION DE AGUA	RA
REVISION DE PISO	RP



**CORTE X - X**

ESCALA 1:100



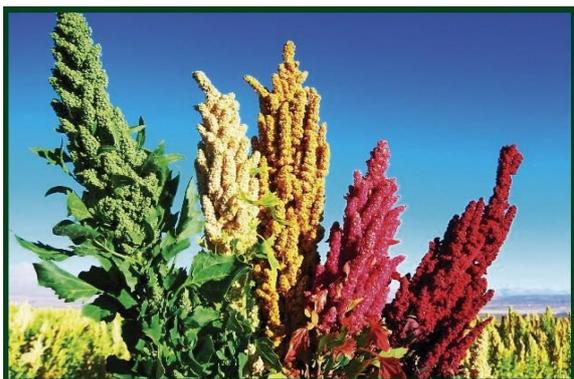
**CORTE Y - Y**

ESCALA 1:100

## Anexo 7. Manual uso de marca

### a) Descripción del imagotipo

#### - Factores de inspiración



#### - Formales

**La Quinoa:** Uno de los productos típicos en sus diferentes variedades y etapas de florecimiento.

**El Bronce:** La fundición de bronce da trabajo a cinco familias de artesanos en la parroquia y es algo característico del lugar, la imagen representa un crisol que es utilizado como recipiente para fundir el bronce.

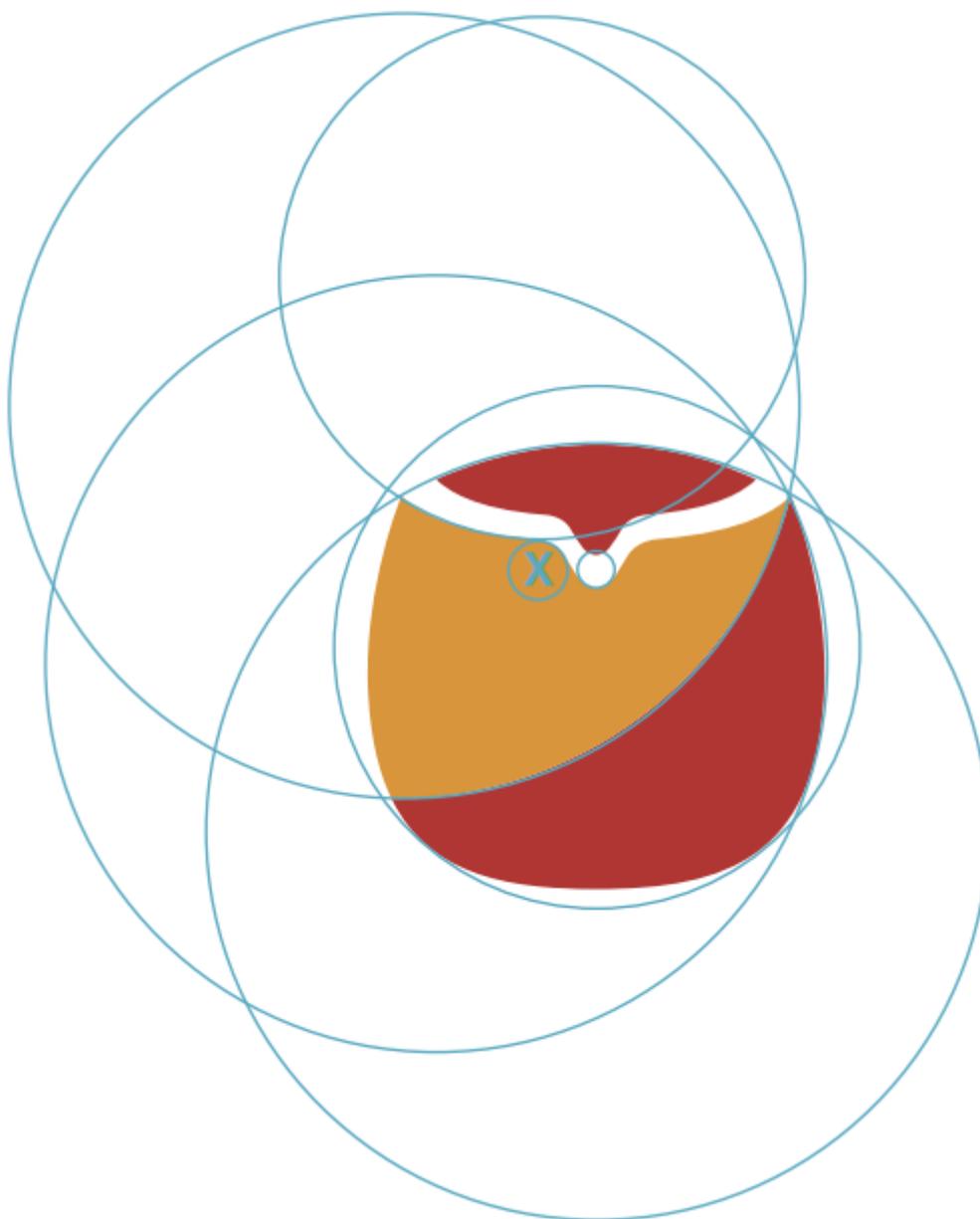
#### - Cromáticos

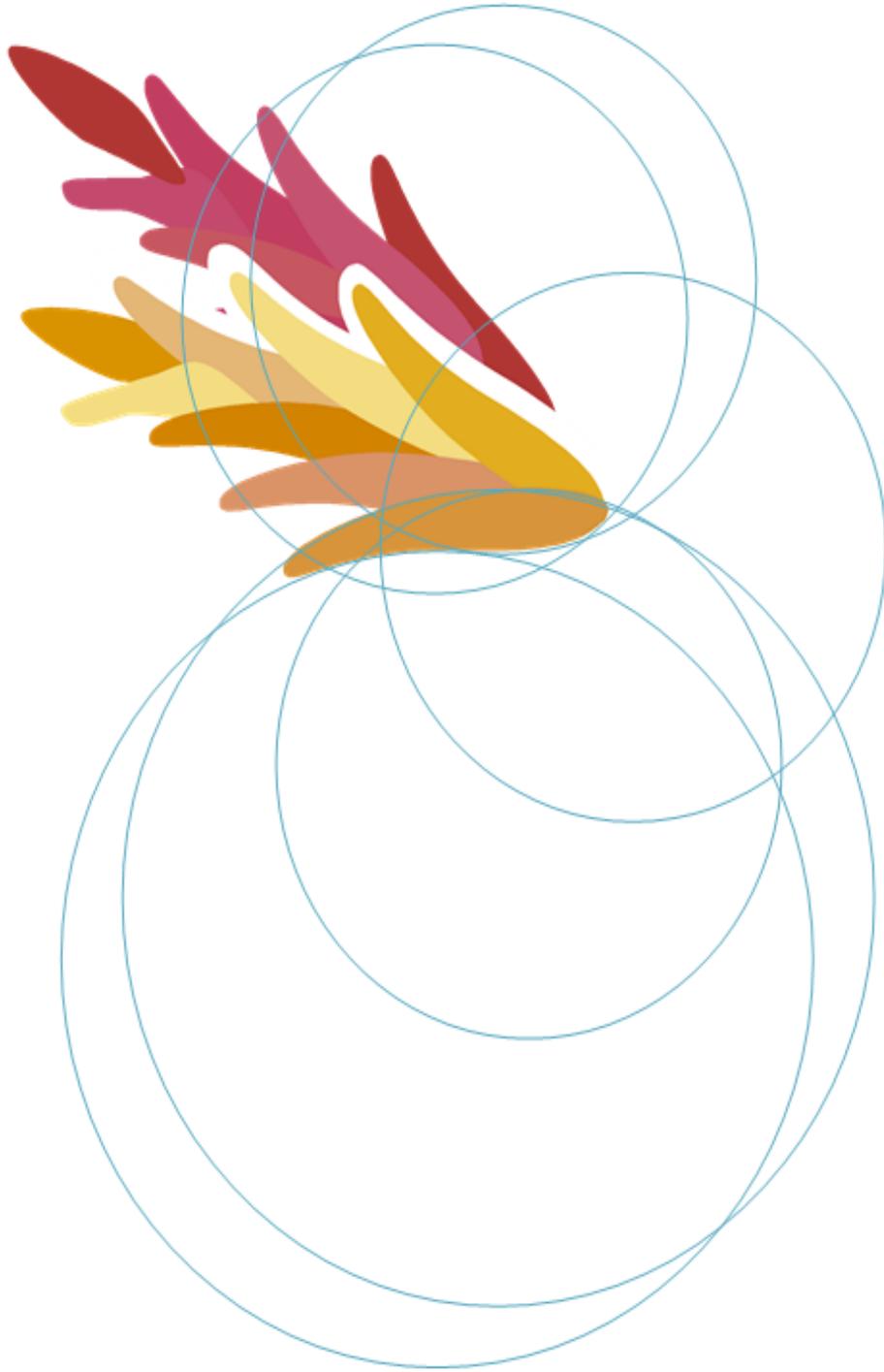
**El Rojo:** Tomado de la quinoa y el fuego de las forjas, representa la pasión de sus habitantes en el progreso de su gente.

**El Naranja:** Hace referencia al bronce representa la innovación, vitalidad, calidez y socialización, los atardeceres en las montañas y la prosperidad de su pueblo.

**El Marrón:** confiere una armonía tonal y contraste de colores claros con uno oscuro, representa además el color del bronce a medida que este va envejeciendo, haciendo referencia así, a la tradición antigüedad y excelencia.

### 7.1 Diagramación y límites del imagotipo





**b. Usos mínimos del imagotipo**



Se debe procurar respetar los siguientes tamaños para impresión y publicación web, de lo contrario perderán la legibilidad de los elementos tipográficos.



### c. Variantes de colores

Dentro de los diferentes soportes y formatos deberán utilizarse variantes del Imagotipo. A continuación, se presentan las variaciones tanto cromáticas como formales permitidas para mantener la integridad gráfica de la marca.





JARDÍN CULTURAL  
Centro de Interpretación Licán



#### d. Tipografía utilizada

DaunPenh reg

a A

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T

U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

5 9 3

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

## CORBEL

Reg

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 , " Ç & % ( ) \*

*Itálica*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 , " Ç & % ( ) \**

**Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 , " Ç & % ( ) \***

***Bold Itálica***

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***

***1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 , " Ç & % ( ) \****

Anexo 8

Medios Publicitario

Tríptico (parte frontal)



## Nuestra Misión

Compartir con cada uno de los visitantes con información relevante de la parroquia, permitiendo que cada uno de ellos conozcan, valoren y respeten la cultura que conserva cada lugar de nuestro país, estamos seguros que el centro de interpretación brindará un servicio turístico de alta calidad que cumpla con las expectativas de los visitantes.

## Nuestra Visión

La visión del centro de interpretación es que la información que se encuentra en cada uno de los medios interpretativos informe, motive y entretenga a cada uno de los visitantes, de esta forma se logrará dar relevancia al significado del legado histórico, patrimonial y cultural de la parroquia a través de la interpretación



## ¿Qué Nos mueve?

Cuidar y proteger el legado histórico, patrimonial y cultural de la parroquia a través de un producto turístico sostenible y contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural de la parroquia.

## ¿Qué Nos distingue?

Lo que nos diferencia es ser el único centro de interpretación en la Ruta de la Quinua que oferta la empresa de Ferrocarriles del Ecuador



Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda

file:///C:/Users/PERSONAL/AppData/Local/Temp/Rar\$EXa0.094/página web/Jardín Cultural.html

JARDÍN CULTURAL  
Centro de Interpretación Licán

INICIO OFERTA CONTENIDO EXTERNO CONTACTO

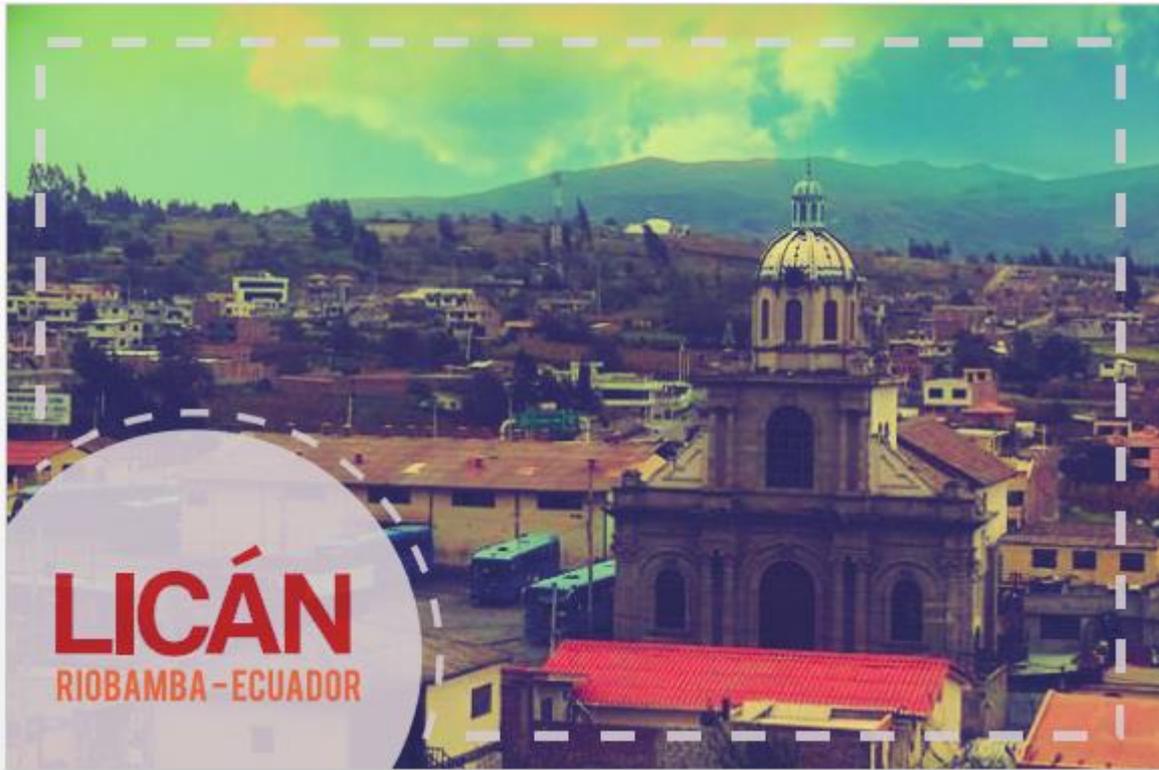
JARDÍN CULTURAL  
Centro de Interpretación Licán

Bienvenido a **JARDÍN CULTURAL**  
*Un lugar donde te guiaremos a través de la cultura y tradiciones de la parroquia LICÁN .*

file:///C:/Users/PERSONAL/AppData/Local/Temp/Rar\$EXa0.094/página web/Jardín Cultural.html#templatemo-carousel

1:13  
04/08/2017

Postales



www.jardincultural.com



**JARDÍN CULTURAL**  
Centro de Interpretación Licán



ecuador  
ama la vida



RIOBAMBA  
*¡lo mejor!*

---

---

---

---

**GAD Licán**

**tren Ecuador**  
mira, siente, vive, recrea.

Afiche

