

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR. UNIB.E

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA, GUIANZA Y GESTIÓN

Trabajo de Titulación para la obtención del título de Ingeniero en Administración
Turística, Guianza y Gestión

**Proyecto Turístico Sostenible para la Revalorización Cultural de la Parroquia
Rural de Sibambe a lo largo de la Ruta Férrea “Nariz del Diablo”, Provincia
de Chimborazo**

Carlos David Yépez Meneses

Director: Msc. Roberto Caiza

Quito, Ecuador

Agosto - 2013

Msc.

Valeria Andrade

DIRECTORA DE LA ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Presente.-

Yo, **Roberto Carlos Caiza Tayupanta** tutor del Sr. **Carlos David Yépez Meneses** estudiante de la carrera de turismo, informo haber revisado la presente investigación denominada: **Proyecto Turístico Sostenible para la Revalorización Cultural de la Parroquia Rural de Sibambe a lo largo de la Ruta Férrea “Nariz del Diablo”, Provincia de Chimborazo**, mismo que se encuentra finalizado conforme al reglamento establecido por la Universidad Iberoamericana del Ecuador de Quito, por tanto se autoriza su presentación final.

Atentamente:

Msc. Roberto Caiza

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

CARTA DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación o Graduación “Proyecto Turístico Sostenible para la Revalorización Cultural de La Parroquia Sibambe a lo largo de la Ruta Férrea Nariz del Diablo, Provincia de Chimborazo”, así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta(s) son de exclusiva responsabilidad de mi persona como autor(a) del presente trabajo investigativo.

Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) para que haga de este documento disponible para su lectura o lo publique total o parcialmente de considerarlo pertinente, según normas y regulaciones de la institución citando la fuente.

.....

Nombre y firma

Fecha:

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a mis padres por su constante apoyo para la culminación del trabajo de titulación, de igual forma a La Junta Parroquial Rural de Sibambe por medio de su Presidente Profesor Miguel Ángel Gallegos por su interés en vincularse con el proyecto propuesto, a mi familia, amigos, conocidos y demás personas que de una u otra manera ayudaron para el desarrollo de las actividades que demandó la presente investigación.

DEDICATORIA

El presente Trabajo de Titulación esta dedicado a mis padres que con su gran amor y constante apoyo moral, espiritual y económico en el día a día, han hecho posible concluir mi carrera profesional y proyectarme hacia un futuro lleno de éxitos y logros en todos los aspectos de mi vida.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARTA DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN	II
CARTA DE AUTORÍA DEL TRABAJO	III
AGRADECIMIENTOS	IV
DEDICATORIA	V
ÍNDICE DE CONTENIDOS	1
ÍNDICE DE CUADROS, TABLAS, E IMÁGENES	4
ÍNDICE DE ANEXOS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I	
1.0. Introducción	10
1.1. Título	11
1.2. Justificación	11
1.3. Definición del Problema	14
1.3.0. Matriz de Jerarquización de Problemas	15
1.3.1. Planteamiento del Problema	16
1.3.2. Delimitación del Problema	17
1.4. Planteamiento de Objetivos	18
1.4.0. Objetivo General	18
1.4.1. Objetivos Específicos	18
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	
2.0. Área de Estudio	19
2.1. Antecedentes históricos	19
2.2. La Ruta Nariz del Diablo	22
2.3. Generalidades de La Parroquia Rural de Sibambe	25
2.3.0. Origen de su nombre	25
2.3.1. Situación Geográfica	26
2.3.2. Situación Astronómica	26
2.3.3. Superficie	28
2.3.4. Altitud	28
2.3.5. Clima	28
2.3.6. Límites Generales	28
2.3.7. Límite Geográfico Parroquial	28
2.3.8. Población	30
2.3.9. Recintos y comunidades	31
2.3.10. Actividades Económicas	31
2.3.11. Vestimenta	32
2.3.12. Leyendas	32
2.3.13. Fiestas típicas	32
2.3.14. Juegos Tradicionales	33
2.3.15. Platos típicos	33
2.3.16. Centros Educativos	34
2.3.17. Actores Sociales	34
2.3.18. Autoridades y estructura orgánica funcional de Sibambe	35
2.4. Atractivos turísticos de Sibambe y sus alrededores	37
2.5. Campo de acción de Ferrocarriles del Ecuador con las comunidades de la Ruta Férrea Nariz del Diablo	40

2.6. El turismo en el Ecuador y su aporte a la revalorización cultural de los pueblos desde el contexto macro, meso y micro	41
2.7. Marco Legal que faculte al turismo aportar a la revalorización cultural de los pueblos.	44
2.4. Metodología empleada en la investigación	45
2.6. Definiciones conceptuales y operacionales	48
CAPITULO III LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN	
3.0 Condiciones turísticas sostenibles de la Parroquia Rural de Sibambe a lo largo de la Ruta Férrea Nariz del Diablo, Fichas de Observación.	63
3.1. Análisis de Mercado	82
3.1.0. Análisis de la Oferta. Atractivos turísticos. Agencias de viaje. Alojamiento. Alimentación. Entretenimiento. Productos Turísticos.	83
3.1.1. Análisis de la Demanda.	90
3.1.1.0. Demanda Nacional. Resultados de Encuestas. Perfil del cliente nacional	90
3.1.1.1. Demanda Internacional. Resultados de Encuestas. Perfil del cliente internacional	109
3.3. Proyección de la Demanda Potencial. Análisis.	130
3.4. Proyección de la Demanda en Función de la Oferta.	132
CAPÍTULO IV DESARROLLO DEL PROYECTO	
4.0. Introducción	134
4.1. Objetivo General del Proyecto	136
4.2. Objetivos Específicos del Proyecto	136
4.3. Justificación del Proyecto	136
4.4. Análisis FODA del Proyecto	139
4.4.0. Valoración de Estrategias Foda	142
4.4.1. Dificultades para la ejecución del proyecto	145
4.4.2. Necesidades a implementar para la ejecución efectiva del proyecto	145
4.4.3. Otros posibles competidores. Análisis de la Competencia.	146
4.4.4. Principales actividades a realizarse para la ejecución del proyecto	147
4.4.5. Resultados esperados del Proyecto	148
4.5. Indicadores del Proyecto	149
4.6. Metas del proyecto	150
4.7. Beneficiarios del Proyecto	151
4.7.0. Beneficiarios directos	151
4.7.1. Beneficiarios indirectos	151
4.8. Impactos del Proyecto	152
4.8.0. Impactos Ambientales	152
4.8.1. Impactos Económicos	153
4.8.2. Impactos Socioculturales	153
4.9. Reglamento General de Actividades Turísticas en Ecuador	154
4.10. Constitución de una operadora turística de economía mixta. Razón Social. Misión. Visión. Objetivos. Estrategias. Ventajas competitivas. Políticas. Organización de la Empresa. Línea de Productos.	156
4.11. Las 4Ps del Marketing en el proyecto	163
4.11.0. Producto o Servicio	163
4.11.1. El Precio. Análisis de los precios cotizados.	169
4.11.2. La Plaza. Canales directos e indirectos de comercialización	173
4.11.3 La Promoción. Eslogan, logotipo, medios publicitarios, tipos de	176

promoción a aplicar

CAPÍTULO V ESTUDIO FINANCIERO

5.0. PRESUPUESTOS DE INVERSIONES	184
5.0.1 Inversión Inicial	185
5.0.2. Fuentes y usos de fondos	186
5.0.3 Amortización de préstamos	188
5.1. PRESUPUESTOS OPERACIONALES	190
5.1.0 Gastos de operación y publicidad	190
5.1.1. Sueldos y beneficios de ley	192
5.1.2. Depreciación de Activos fijos	195
5.1.3. Amortización de Activos de activos diferidos	199
5.1.4. Presupuestos de Ventas o ingresos	199
5.1.5. Costos de producción de servicios	205
5.1.6. Costos del proyecto en operación	206
5.1.7. Punto de Equilibrio	207
5.2. PRESUPUESTOS FINANCIEROS	208
5.2.0. Estado de resultados proyectado	210
5.2.1. Flujo de caja proyectado	211
5.2.2. Estado de situación inicial	213
5.2.3. Balance General Proyectado	213
5.3. Van	215
5.4. Tir	215
CAPITULO VI	215
Conclusiones Finales	216
Recomendaciones Finales	220
BIBLIOGRAFÍA	222
ANEXOS	227

INDICE DE CUADROS, TABLAS E IMÁGENES

CUADRO N° 1. MATRIZ CAUSA- EFECTO	15
CUADRO N° 2. ESTRUCTURA ORGÁNICA FUNCIONAL DE LA PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE.	36
CUADRO N° 3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE SIBAMBIS TOURIS OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA.	159
TABLA N° 1. ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE SIBAMBE Y SUS ALREDEDORES	37
TABLA N° 2. ATRACTIVOS TURÍSTICOS A OFERTAR EN LA PARROQUIA SIBAMBE A LO LARGO DE RUTA FÉRREA NARIZ DEL DIABLO.	83
TABLA Nª 3. AGENCIAS DE VIAJE.	85
TABLA Nª 4. ALOJAMIENTO (HOTELES Y HOSTALES)	85
TABLA Nª 5. ALOJAMIENTO (PENSIÓNES).	85
TABLA Nª 6. ALOJAMIENTO (HOSTALES RESIDENCIAS).	85
TABLA Nª 7. ALOJAMIENTO (HOSTERIAS).	86
TABLA Nª 8. SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN	86
TABLA Nª 9. SERVICIOS DE DISTRACCIÓN Y RECREACIÓN (BARES, DISCOTECAS, SPAS Y COMPLEJOS TURÍSTICOS).	87
TABLA N° 10. PRODUCTOS TURÍSTICOS A OFERTAR EN LA PARROQUIA SIBAMBE A LO LARGO DE LA RUTA FÉRREA NARIZ DEL DIABLO.	88

TABLA Nº 11. GENERO DE TURISTAS NACIONALES.	91
TABLA N 12. EDAD DE TURISTAS NACIONALES.	92
TABLA Nº 13. OCUPACION DE TURISTAS NACIONALES	93
TABLA Nº 14. INGRESOS ECONÓMICOS DE TURISTAS NACIONALES.	95
TABLA Nº 15. CON QUIÉN PREFIEREN VIAJAR LOS TURISTAS NACIONALES.	96
TABLA Nº 16. LUGAR DE ALOJAMIENTO DE LOS TURISTAS NACIONALES	97
TABLA Nº 17. COMIDA DE PREFERENCIA DE TURISTAS NACIONALES.	99
TABLA Nº 18. GASTO PROMEDIO POR DÍA EN UN VIAJE DE TURISTAS NACIONALES.	100
TABLA Nº 19. ATRACTIVOS TURISTICOS HISTÓRICO CULTURALES QUE LE GUSTARÍA CONOCER EN LA PROVINCIA DEL CHIMBORAZO AL TURISTA NACIONAL.	101
TABLA Nº 20. AL TURISTA NACIONAL LE GUSTARÍA VIAJAR HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y CONOCER SIBAMBE	103
TABLA Nº 21. AL TURISTA NACIONAL CUANTO TIEMPO LE GUSTARÍA QUEDARSE SI VIAJARA EN UN PAQUETE TURISTICO HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y SIBAMBE	104
TABLA Nº 22. ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR AL TURISTA NACIONAL EN UN PAQUETE TURISTICO HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y SIBAMBE.	106
TABLA Nº 23. NACIONALIDAD DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS	110
TABLA Nº 24. GENERO DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS.	111
TABLA Nº 25. EDAD DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS.	112
TABLA Nº 26. OCUPACION DE TURISTAS EXTRANJEROS.	114
TABLA Nº 27. INGRESOS ECONÓMICOS DE TURISTAS EXTRANJEROS	115
TABLA Nº 28. CON QUIÉN PREFIEREN VIAJAR LOS TURISTAS EXTRANJEROS	117
TABLA Nº 29. LUGAR DE ALOJAMIENTO DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS	118
TABLA Nº 30. COMIDA DE PREFERENCIA DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS	119
TABLA Nº 31. GASTO PROMEDIO POR DÍA EN UN VIAJE DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS.	121
TABLA Nº 32. ATRACTIVOS TURISTICOS HISTÓRICO CULTURALES QUE LE GUSTARÍA CONOCER EN LA PROVINCIA DEL CHIMBORAZO AL TURISTA EXTRANJERO.	122
TABLA Nº 33. AL TURISTA EXTRANJERO LE GUSTARÍA VIAJAR HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y CONOCER SIBAMBE UNA PARROQUIA CERCANA AL SITIO.	125
TABLA Nº 34. AL TURISTA EXTRANJERO CUANTO TIEMPO LE GUSTARÍA QUEDARSE SI VIAJARA EN UN PAQUETE TURISTICO HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y SIBAMBE.	126
TABLA Nº 35. ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR AL TURISTA EXTRANJERO EN UN PAQUETE TURISTICO HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y SIBAMBE.	127
TABLA Nº 36. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	131
TABLA Nº 37. CÁLCULO DE LA DEMANDA EN FUNCIÓN DE LA OFERTA	132
TABLA Nº 38. ANALISIS FODA DEL PROYECTO.	140
TABLA Nº 39 ESTRATEGIAS FODA DEL PROYECTO	141
TABLA Nº 40 VALORACION DE ESTRATEGIAS FODA A APLICAR	142
TABLA Nº 41. ITINERARIO OPERATIVO. DÍA 1: ALAUSÍ- RUTA NARIZ DEL DIABLO- ALAUSÍ- COMUNIDAD DE NIZAG- PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE.	165
TABLA Nº 42. ITINERARIO OPERATIVO. DÍA 2: PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE- HUIGRA- CASCADA DE PANAMÁ Y ANGAS-HUIGRA	166
TABLA Nº 43. ITINERARIO OPERATIVO. DÍA 3: HUIGRA- ALAUSÍ.	167
TABLA Nº 44. ITINERARIO OPERATIVO. DÍA 1: ALAUSÍ- RUTA NARIZ DEL DIABLO- ESTACIÓN DEL TREN DE SIBAMBE.	165

TABLA N° 45. ITINERARIO OPERATIVO. DÍA 2: ESTACIÓN DEL TREN DE SIBAMBE - PARTE ALTA DE LA NARIZ DEL DIABLO - TÚNELES DE ILLIGUCHI-PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE.	168
TABLA N° 46. ITINERARIO OPERATIVO. DÍA 3: PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE. COMUNIDAD DE PEPINALES- AGUAS TERMALES DE ALPACHACA-ALAUÍ.	168
TABLA N° 47. PRECIO DEL PAQUETE TURÍSTICO # 1.	170
TABLA N° 48. PRECIO DEL PAQUETE TURÍSTICO # 2	171
TABLA N° 49. PERFIL DEL MERCADO META TURISTA NACIONAL.	174
TABLA N° 50. PERFIL DEL MERCADO DE CONSOLIDACIÓN TURISTA NACIONAL.	174
TABLA N° 51. PERFIL DEL MERCADO DE OPORTUNIDAD TURISTA NACIONAL.	174
TABLA N° 52. PERFIL DEL MERCADO META TURISTA INTERNACIONAL.	175
TABLA N° 53. PERFIL DEL MERCADO DE CONSOLIDACIÓN TURISTA INTERNACIONAL	175
TABLA N° 54. PERFIL DEL MERCADO DE OPORTUNIDAD TURISTA INTERNACIONAL.	175
TABLA N° 55. VALORACIÓN DEL ESLOGAN DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA.	177
TABLA N° 56. PRESUPUESTO INICIAL DE GASTOS MENSUALES. SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA	185
TABLA N° 57. INVERSIÓN INICIAL DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA.	186
TABLA N° 58. INVERSIÓN INICIAL DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA.	187
TABLA N° 59. AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO A LARGO PLAZO SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURISTICA CIA LTDA	189
TABLA N° 60. GASTOS DE OPERACIÓN Y PUBLICIDAD SIBAMBIS TOURISM.	192
TABLA N° 61. SUELDOS PRESUPUESTADOS Y PROYECTADOS DE SIBAMBIS TOURISM	194
TABLA N° 62 DESCRIPCIÓN DE ACTIVOS FIJOS	195
TABLA N° 63. DEPRECIACIÓN PROYECTADA DE ACTIVOS FIJOS DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA	198
TABLA N° 64. AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA.	199
TABLA N° 65. PROYECCIÓN DE INGRESOS DE VENTAS DEL PAQUETE TURISTICO SIBAMBE CULTURAL, AVENTURA Y ESPARCIMIENTO.	202
TABLA N° 66. PROYECCIÓN DE INGRESOS DE VENTAS DEL PAQUETE TURISTICO SIBAMBE RURAL, AGROTURISTICA Y NATURAL.	203
TABLA N° 67. TOTAL DE UNIDADES VENDIDAS E INGRESOS DE VENTAS PROYECTADAS. SIBAMBIS TOURISM. CIA. LTDA	204
TABLA N° 68. COSTOS DE PRODUCCIÓN DE TOURS. SIBAMBIS TOURISM. CIA. LTDA	205
TABLA N° 69. COSTOS DEL PROYECTO SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA.	207
TABLA N° 70. VALORES DEL PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL 2013. SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA.	209
TABLA N° 71. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA.	210
TABLA N° 72. FLUJO NETO DE CAJA PROYECTADO DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA	212
TABLA N° 73. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL AÑO 0 DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA	213

TABLA N° 74. BALANCE FINAL DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURISTICA CIA LTDA AL 31 DE DICIEMBRE DE LOS AÑOS PROYECTADOS.	214
TABLA N° 75. VALOR ACTUAL NETO PROYECTADO DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURISTICA CIA LTDA.	215
IMAGEN N° 1. ÁREA DE ESTUDIO	19
IMAGEN N° 2. MONUMENTO A SEBASTIAN DE BENALCAZAR FUNDADOR DE LA PARROQUIA DE SIBAMBE	20
IMAGEN N° 3. MONTAÑA CÓNDROR PUÑUNA O NARIZ DEL DIABLO	23
IMAGEN N° 4. UBICACIÓN DE LA PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE	27
IMAGEN N° 5. PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE Y SUS LÍMITES	30
IMAGEN N° 6. GÉNERO DE TURISTAS NACIONALES.	92
IMAGEN N° 7. EDAD DE TURISTAS NACIONALES	93
IMAGEN N° 8. OCUPACIÓN DE TURISTAS NACIONALES	94
IMAGEN N° 9. INGRESOS ECONÓMICOS DE TURISTAS NACIONALES	95
IMAGEN N° 10. CON QUIÉN PREFIEREN VIAJAR LOS TURISTAS NACIONALES	97
IMAGEN N° 11. LUGAR DE ALOJAMIENTO DE LOS TURISTAS NACIONALES.	98
IMAGEN N° 12. COMIDA DE PREFERENCIA DE TURISTAS NACIONALES.	99
IMAGEN N° 13. GASTO PROMEDIO DE TURISTAS NACIONALES POR DÍA EN UN VIAJE.	100
IMAGEN N° 14. ATRACTIVOS TURISTICOS HISTÓRICO CULTURALES QUE LE GUSTARÍA CONOCER EN LA PROVINCIA DEL CHIMBORAZO AL TURISTA NACIONAL	102
IMAGEN N° 15. AL TURISTA NACIONAL LE GUSTARÍA VIAJAR HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y CONOCER SIBAMBE	104
IMAGEN N° 16. AL TURISTA NACIONAL CUANTO TIEMPO LE GUSTARÍA QUEDARSE SI VIAJARA EN UN PAQUETE TURISTICO HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y SIBAMBE	105
IMAGEN N° 17. ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR AL TURISTA NACIONAL EN UN PAQUETE TURISTICO HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y SIBAMBE	107
IMAGEN N° 18. NACIONALIDAD DE TURISTAS EXTRANJEROS.	110
IMAGEN N° 19. GENERO DE TURISTAS EXTRANJEROS	112
IMAGEN N° 20. EDAD DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS.	113
IMAGEN N° 21. OCUPACIÓN DE TURISTAS EXTRANJEROS.	114
IMAGEN N° 22. INGRESOS ECONÓMICOS DE TURISTAS EXTRANJEROS.	116
IMAGEN N° 23. CON QUIÉN PREFIEREN VIAJAR LOS TURISTAS EXTRANJEROS	117
IMAGEN N° 24. LUGAR DE ALOJAMIENTO DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS	118
IMAGEN N° 25. COMIDA DE PREFERENCIA DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS	120
IMAGEN N° 26. GASTO PROMEDIO POR DÍA EN UN VIAJE DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS	121
IMAGEN N° 27. ATRACTIVOS TURISTICOS HISTÓRICO CULTURALES QUE LE GUSTARÍA CONOCER EN LA PROVINCIA DEL CHIMBORAZO AL TURISTA EXTRANJERO	123
IMAGEN N° 28. AL TURISTA EXTRANJERO LE GUSTARÍA VIAJAR HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y CONOCER LA PARROQUIA DE SIBAMBE	125
IMAGEN N° 29. AL TURISTA NACIONAL CUANTO TIEMPO LE GUSTARÍA QUEDARSE SI VIAJARA EN UN PAQUETE TURISTICO HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y SIBAMBE	126
IMAGEN N° 30. ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR AL TURISTA EXTRANJERO EN UN PAQUETE TURISTICO HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y SIBAMBE	128

IMAGEN Nº 31. CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO.	165
IMAGEN Nº 32. LOGOTIPO DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA.	178
IMAGEN Nº 33. AFICHE PUBLICITARIO DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA.	181
IMAGEN Nº 34. AFICHE PUBLICITARIO DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA. AUTOR.	182
IMAGEN Nº 35. GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2013 DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA.	209

ÍNDICE DE ANEXOS

RECURSOS Y PRESUPUESTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.	227
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.	228
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA LA CREACIÓN DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA.	230
LOCOMOTORA ACTUAL OPERANDO ÚNICAMENTE EN LA RUTA NARIZ DEL DIABLO, UBICADA EN LA ESTACIÓN DEL TREN EN ALAUSÍ ANTES DE PARTIR.	231
VAGÓN DE MADERA COMO SÍMBOLO CULTURAL UBICADO EN LA ESTACIÓN DEL TREN EN ALAUSÍ	231
VISTA PANORÁMICA DE LA NARIZ DEL DIABLO DESDE EL INTERIOR DEL TREN.	231
VISTA PANORÁMICA DE LA ESTACIÓN DEL TREN DE SIBAMBE.	232
ENTRADA AL CENTRO DE INTERPRETACIÓN CÓNDOR PUÑUNA UBICADA EN LA ESTACIÓN DEL TREN DE SIBAMBE	232
RÍO ALAUSÍ VISO DESDE LA ESTACIÓN DEL TREN DE SIBAMBE	232
IGLESIA PARROQUIAL DE SIBAMBE	233
AFUERAS DE LA JUNTA PARROQUIAL DE LA PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE	233
ENTREVISTAS REALIZADAS	234
MARCO LEGAL DEL ECUADOR PARA CREAR UNA OPERADORA TURÍSTICA DE ECONOMÍA MIXTA	236
TRÁMITES Y REQUISITOS LEGALES PARA CONSTITUIR UNA OPERADORA TURÍSTICA DE ECONOMÍA MIXTA.	240
REQUISITOS LEGALES PARA ACCEDER A UN PRÉSTAMO EN EL BANCO NACIONAL DE FOMENTO	244
REGLAMENTO PARA EL REGISTRO DE CENTROS TURISTICOS COMUNITARIOS	248
MODELO DE LA ENCUESTA REALIZADA PARA TURISTAS NACIONALES	250
MODELO DE LA ENCUESTA REALIZADA PARA TURISTAS EXTRANJEROS DE HABLA HISPANA	251
MODELO DE ENCUESTA APLICADA A TURISTAS EXTRANJEROS	252
COPIA DEL ACUERDO DE COOPERACIÓN Y VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD FIRMADO ENTRE LA JUNTA PARROQUIAL RURAL DE SIBAMBE Y LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR	253

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal desarrollar un proyecto turístico sostenible que aporte a la revalorización cultural de la Parroquia Rural de Sibambe, que está ubicada a 13.5 Km de la ruta férrea Nariz del Diablo, en la Provincia del Chimborazo, para lo cual aprovechando la cercanía a este atractivo turístico de la serranía ecuatoriana, se realizará un proyecto de creación de una operadora turística que tenga como prioridad diseñar y comercializar paquetes de turismo hacia la Parroquia Rural de Sibambe como atractivo turístico de tipo rural-cultural, en donde el principal anfitrión y beneficiario será su comunidad, y como resultado de la actividad turística naciente en su población, esta llegue a ser un nuevo lugar turístico, en donde el turista disfrute de su entorno natural con sus múltiples manifestaciones culturales, bajo los principios de un turismo sostenible, ético, responsable y consciente.

La metodología empleada fue de carácter investigativo tanto bibliográfico como trabajo de campo en donde en base a la información obtenida, se realizó un análisis objetivo de los pros y contras que el proyecto en sí tendrá; posteriormente con un estudio de mercado llevado a cabo en la ciudad de Quito como principal mercado de turistas nacionales y extranjeros, se determinó el perfil del cliente idóneo en ambas demandas, y a través de sus deseos y necesidades reflejadas en las encuestas, se diseñaron paquetes turísticos que empezarán a ofertarse por medio de una tour operadora hacia Sibambe y sus alrededores.

También en base a los estatutos legales vigentes del Ecuador en cuanto a turismo, se determina el tipo de operadora turística que se creará para aportar al desarrollo turístico sostenible de Sibambe; y a través del estudio de mercado realizado conjuntamente con el marketing mix, se determina el estudio financiero con presupuestos y proyecciones objetivas en base a datos reales de la demanda histórica de turistas tanto nacionales como extranjeros que viajaron hacia La Nariz del Diablo por medio de un paquete turístico.

Como resultados principales a lo largo de la investigación realizada, se logró firmar un acuerdo de cooperación interinstitucional firmado entre la Junta Parroquial Rural de Sibambe y la Universidad Iberoamericana del Ecuador, el cual servirá de apoyo al proyecto propuesto a través de capacitaciones turísticas a la comunidad de Sibambe; así como también lograr el interés de su población rural por medio de su Gobierno Parroquial y lograr un acuerdo conjunto entre autoridades, comunidad y diseñador del proyecto, para la creación de la operadora turística que beneficie a su comunidad y al sector turístico de la zona.

CAPÍTULO I

1.0. INTRODUCCIÓN

El patrimonio histórico-cultural de un país, región o ciudad está constituido por todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles o intangibles producidas por las sociedades, resultado de un proceso histórico en donde la reproducción de las ideas y del material se constituyen en factores que identifican y diferencian a ese país o región de las demás ya conocidas.¹

Por ello en el Ecuador se tendría que empezar a promocionar nuevos sitios turísticos diferentes y poco conocidos pero con gran potencial turístico por medio de nuevos paquetes de turismo; esto sin duda aportará al desarrollo del sector en donde también de alguna manera se evitará el deterioro que han sufrido aquellos destinos turísticos tradicionales producto de una excesiva promoción que han ocasionado su uso excesivo de sus recursos naturales y culturales.

Por ello el reto del presente proyecto será llegar a un consenso de intereses de los distintos actores, es decir entre la comunidad rural de Sibambe, de sus autoridades y demás prestadores de servicios, para en base a esto señalar los procedimientos de inversión y convenios de colaboración que se realizarían para la creación de una operadora de turismo que enfoque sus paquetes turísticos hacia una gestión empresarial sostenible que aporte a la revalorización de los recursos naturales y principalmente culturales de la Parroquia Rural de Sibambe a lo largo de la Ruta Férrea Nariz el Diablo-Provincia del Chimborazo.

¹ CASASOLA, Luis. *Turismo y Ambiente*. México. 2010. Editorial Trillas. P. 8

1.1. TITULO

PROYECTO TURISTICO SOSTENIBLE PARA LA REVALORIZACIÓN CULTURAL DE LA PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE A LO LARGO DE LA RUTA FÉRREA “NARIZ DEL DIABLO”, PROVINCIA DE CHIMBORAZO

1.2. JUSTIFICACIÓN

El turismo sostenible se define como aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, sociocultural y con los valores de una comunidad, que permita disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los turistas tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje. (<http://www.turismo-sostenible.org/>).

El turismo comunitario se define como la relación de la comunidad con los viajeros visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados. (www.feptce.org/).

En cambio se define como turismo rural al conjunto de actividades en pueblos o parroquias rurales que se abren a la actividad del turismo como una fuente mas de ingresos, suele ser un turismo eminentemente familiar, dirigido a la

práctica de actividades en contacto con la naturaleza y su cultura, a pesar de que muchas veces carezcan de atractivos turísticos de relevancia.²

Con estas definiciones hay que determinar el proceso de desarrollo turístico y la participación que tienen las comunidades que integran la Parroquia Rural de Sibambe a lo largo de la Ruta Férrea Nariz del Diablo, para luego dar paso a la elaboración de un proyecto turístico sostenible que pondrá de manifiesto la necesidad de formar comunidades protagónicas que sean capaces de insertarse en la promoción y revalorización de su patrimonio cultural como son sus costumbres, tradiciones, creencias, sus fiestas populares, su gastronomía, y su diario vivir, conjuntamente con el tren rehabilitado en la ruta mencionada, para así potenciar aún más el desarrollo turístico de la zona de una forma sostenible y sustentable.

Por ello partiendo de la limitada promoción y comercialización que la Parroquia Rural de Sibambe tiene actualmente en las actividades turísticas rurales, comunitarias, y culturales a lo largo de Ruta Férrea Nariz del Diablo, implicaría la necesidad de crear una tour operadora que diseñe, promocioe y comercialice nuevos paquetes turísticos hacia La Parroquia Rural de Sibambe; en base a los resultados de un estudio de mercado previo en turistas nacionales y extranjeros que han viajado en tren hacia La Nariz del Diablo.

A través de la actividad económica del turismo, la Parroquia Rural de Sibambe logrará mejorar la calidad de vida de sus pobladores al tener un ingreso económico adicional con un trabajo amigable con el ambiente, y sobre todo que la

²Barrera, E. Muñoz. 2009. *Manual para micro, pequeños y medianos empresarios rurales*. Buenos Aires. Editorial. VCR Impresiones. P. 16

comunidad elevará el conocimiento local de su patrimonio cultural, permitiendo así el uso sostenible que se le puede dar al mismo como destino turístico, además del importante papel que jugaría su comunidad como principal anfitriona dentro del desarrollo sustentable del turismo³.

Finalmente el proyecto turístico sostenible como tal será la creación de una tour operadora, que por medio de sus paquetes turísticos hacia la Parroquia Rural de Sibambe permita aportar a la revalorización cultural de su parroquia, primeramente al ser conocida por los turistas nacionales y extranjeros que viajan en tren hacia La Nariz del Diablo ya que la mayor parte de ellos desconoce de su población, y una vez estando ahí estos puedan disfrutar y compartir con su comunidad de varias actividades de su diario vivir como son la agricultura y la ganadería, alojarse en sus viviendas rurales previo a un acuerdo de cooperación con la comunidad; así como también de sus diferentes manifestaciones culturales como sus fiestas, leyendas, tradiciones, gastronomía, entre otros conjuntamente con su entorno natural y social.

El proyecto como tal podrá ser aprovechado como un vínculo entre los demás operadores turísticos, y las demás comunidades aledañas como Nizag y Tolte, a través de sus autoridades y planta turística a ofrecer, para fortalecer el sector turístico a lo largo de la Ruta Férrea Nariz del Diablo-Provincia del Chimborazo.

³ Ruiz, E. et. al. 2007. *Turismo Comunitario en Ecuador. Desarrollo y Sostenibilidad Social*. Quito. Ediciones Abya – Yala. P. 45.

1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

El turismo es una actividad económica conformada por una serie de bienes y servicios que deben estar interrelacionados (transporte, hospedaje, alimentación, visitas), y que solo es posible producirlas en determinadas zonas geográficas que cuentan con aptitud turística denominados atractivos turísticos a los cuales se traslada el turista o consumidor.⁴

Es por ello que el desarrollo del turismo sostenible es aquel que satisface las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades propias, y este exigiría mantener su integridad, la diversidad ecológica y cultural.⁵

Hacer turismo para las comunidades y pueblos del Ecuador significa la protección de sus territorios de vida y el derecho a la visibilización de sus culturas, de los pueblos y nacionalidades, los movimientos indígenas, campesinos, montubios y afroecuatorianos, con el apoyo de sus autoridades locales y autoridades nacionales, más el acompañamiento del Consejo de Desarrollo de los Pueblos y Nacionalidades del Ecuador – CODENPE, a través del Proyecto de Desarrollo de los Pueblos Indígenas y Negros del Ecuador (PRODEPINE) y la Organización Internacional del Trabajo, pusieron en discusión la necesidad y el derecho al reconocimiento y legalización de la actividad comunitaria y rural en el turismo. (<http://www.cordtuch.org.ec/>). Es por ello que el desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades propias; y este exigiría mantener su integridad, la diversidad ecológica y cultural. (<http://www.cordtuch.org.ec/>).

⁴ Boullon, R. 2004, *Planificación del Espacio Turístico*. México. Editorial Trillas. P. 16

⁵ Jafar, J. 2002. *Enciclopedia del Turismo*. Madrid. Editorial Síntesis. P. 174.

1.3.0. Matriz de Jerarquización de Problemas:

CUADRO Nº 1 MATRIZ CAUSA – EFECTO. FUENTE: GALARZA, CARLOS. 2010. <i>DISEÑO Y ELABORACIÓN DE PROYECTOS TURÍSTICOS</i> . UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR. ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO. SÉPTIMO NIVEL. MÓDULO NO PUBLICADO. P. 7. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012							
EFECTO: Escasa actividad turística y desconocimiento de la Parroquia Rural de Sibambe con su entorno natural y sociocultural por los turistas nacionales y extranjeros que viajan en tren hacia la Ruta Férrea Nariz del Diablo-Provincia de Chimborazo.							
Causas	No.	1	2	3	4	5	ΣX
Mal aprovechamiento de los recursos naturales y culturales de Sibambe	1	1	0	1	1	0	2
Limitado servicio de transporte público para el acceso a Sibambe	2	1	1	0	0	0	2
Escasa inversión en la planta turística de la Parroquia Rural de Sibambe	3	1	0	0	1	0	1
Escaso apoyo de las autoridades turísticas hacia la Parroquia Sibambe	4	0	0	0	1	0	0
Inadecuada dotación e implementación de servicios básicos en Sibambe.	5	0	0	0	0	1	0
	ΣX	2	2	1	0	0	
	ΣY	0	0	2	3	0	
	TOTAL	2	2	3	3	0	
	PRIORIDAD	3	4	1	2	5	

Esta matriz trabaja de forma ambivalente, es decir se puede determinar la causa y encontrar los efectos y viceversa; para su llenado se procede:

- Se procede a enlistar mínimo 5 causas que podrían producir un efecto común con dichas causas.
- Por eliminación simple, los números coincidentes no se podrán valorar ejemplo: 1 con 1, 2 con 2, 3 con 3, y así sucesivamente.

- Determinadas las causas de igual forma de arriba hacia abajo, se pregunta si esta causa provoca la siguiente y así sucesivamente
- Se la respuesta es si se coloca 1 si es no se coloca 0.
- Se suma de forma horizontal y vertical.
- Los resultados de vuelven a sumar.
- Estos resultados se priorizan de forma tal que el mayor de los resultados es la prioridad 1 a solucionar y así sucesivamente.
- En caso de que varios resultados tengan un mismo valor, se procederá de forma lógica a ubicar la prioridad de solución, en función de la experiencia del proyectista.
- Se unen la causa priorizada y el efecto, redactando el problema en forma de pregunta, haciendo constar causa, término de relación y efecto. (Galarza, 2010, p.7).

1.3.1. Planteamiento del Problema.- Dicho lo expuesto el problema a solucionar quedaría de la siguiente manera:

¿La escasa inversión en la planta turística de la Parroquia Rural de Sibambe durante el año 2012, incide de forma directa en su escasa actividad turística ocasionando que su parroquia sea poco conocida y revalorada con su entorno natural, cultural y social por los turistas nacionales y extranjeros que viajan en tren hacia La Ruta Férrea Nariz del Diablo - Provincia del Chimborazo, afectando al desarrollo turístico sostenible del área?

1.3.2. Delimitación del problema

- **Tiempo.-** La presente investigación se llevará a cabo en el transcurso de 12 meses en la Parroquia Rural de Sibambe, Cantón Alausí Provincia de Chimborazo, en donde se determinará la aceptación del proyecto propuesto por parte de sus pobladores y autoridades para su posterior implementación.
- **Espacio.-** Se desarrollará en 2 frentes el primero en La Parroquia Rural de Sibambe ubicada en la Provincia de Chimborazo, donde se realizarán entrevistas, reuniones y capacitación con autoridades y pobladores de la Parroquia mencionada para su involucramiento en el proyecto propuesto a través de aporte económico, humano y de servicios de alojamiento, alimentación y transporte.

También se realizará en sus alrededores como la estación del tren de Alausí y Sibambe, en donde se observará la infraestructura turística como vías de acceso y servicios básicos, su estructura turística como los servicios de viajes en tren, alojamiento y alimentación, y su superestructura turística como las políticas de apoyo de las entidades públicas y privadas; para así determinar la competitividad turística del sector.

El segundo frente de estudio será realizar un estudio de mercado en la ciudad de Quito siendo como universo de mercado el turismo nacional y extranjero que ha viajado en tren hacia La Nariz del Diablo con intermediarios turísticos por medio de un tour.

1.4. PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS

1.4.0. Objetivo General:

Desarrollar un proyecto turístico sostenible para la revalorización cultural de la Parroquia Sibambe a lo largo de la Ruta Férrea “Nariz del Diablo”, provincia de Chimborazo.

1.4.1. Objetivos Específicos:

- Determinar el grado de vinculación turística que tienen actualmente los pobladores de la Parroquia Sibambe y sus alrededores en las actividades de turismo que genera la ruta férrea rehabilitada “Nariz del Diablo”.
- Detectar el nivel de desarrollo turístico sostenible que posee en la actualidad la Parroquia Rural de Sibambe y demás comunidades aledañas producto de la rehabilitación de la ruta férrea “Nariz del Diablo”.
- Crear una tour operadora que diseñe y comercialice nuevos paquetes turísticos hacia la Parroquia Rural de Sibambe y sus alrededores que aporte al desarrollo turístico sostenible de la zona.
- Revalorizar por medio de la actividad turística las diferentes manifestaciones culturales de la Parroquia Rural de Sibambe como gastronomía, bebida tradicional, prácticas ancestrales, leyendas, juegos tradicionales, fiestas populares entre otros, conjuntamente con su entorno natural y social.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.0. Área de Estudio.- La presente investigación se desarrollará en La Provincia de Chimborazo- Cantón Alausí – Parroquia Rural de Sibambe, en el área de influencia de la ruta férrea rehabilitada “Nariz del Diablo”.



IMAGEN Nº 1. ÁREA DE ESTUDIO. FUENTE:

[HTTP://WWW.TREECUADOR.COM/INDEX.PHP/](http://www.treecuador.com/index.php/). 2012

2.1. ANTECEDENTES HISTORICOS

Según El Gobierno Autónomo Parroquial de Sibambe en su Plan de Ordenamiento Territorial 2012-2021 publicado en la página Web: (<http://es.scribd.com/doc/>) dice los siguientes párrafos:

Se considera que los Sibambis eran un grupo humano que tenía costumbres, ritos y creencias comunes, extendieron su territorio hasta

relacionarse con los Chimbos, y al norte hasta sectores vecinos que hoy pertenecen a Guamote. Tenían una autoridad propia de la época, que era el cacicazgo, que controlaba y dirigía a los súbditos y a los sectores vecinos.

Los Sibambis se ubicaron al oriente hasta los territorios de los Lausíes y Tiquizambis descendiendo por Gualiñag hasta el río Pomachaca que al formar el Chanchán en la nariz del Diablo recorre río abajo hasta Linge. Antes de que estos pueblos se conviertan en parroquia civil sus territorios pertenecieron a la comunidad Sibambis y posiblemente todas estas vivieron en armonía hasta cuando fueron sorprendidos por las fuerzas conquistadoras de Sebastián de Benalcazar, ayudadas por los Cañaris que también invadieron a los Lausíes y Tiquizambis, de estos se deduce que los Sibambis habitaban más al occidente donde formaron sus chacras y perfeccionaron sus costumbres que poco a poco han ido desapareciendo.

La Parroquia Rural de Sibambe se fundó el 25 de Julio de 1534 por Sebastián de Benalcazar, esto según la inscripción en el busto del personaje mencionado que se encuentra al costado de la plaza central de la Parroquia, permite indicar la fecha de fundación tal como se muestra en la fotografía.



IMAGEN Nª 2. MONUMENTO A SEBASTIÁN DE BENALCAZAR FUNDADOR DE LA PARROQUIA SIBAMBE EL 25/07/1534. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012

Se cree que en el periodo de la conquista española, éstos ocuparon determinados sectores que eran ricos y aptos por la producción agrícola y sus bosques, así los caseríos de Bayanag y Pepinales donde existen hasta hoy individuos que se diferencian de los demás de esta parroquia, por el color de su piel, rasgos faciales, de los ojos y labios, así como las formas de sus cuerpos y los tipos de mujeres que allí existen; esto se demuestra el mayor porcentaje de mezcla con españoles de los moradores de estos caseríos, de igual manera su situación económica es más cómoda que la de los demás.

Hasta finales del siglo anterior aún existían algunas parcialidades indígenas en las poblaciones de Linge y Guayllanag que fueron asientos de caciques que tenían características y costumbres que los diferenciaban de otros, su territorio lo dividieron en comunas que estaban ubicados en zonas templadas y los huertos frutales que correspondían a la zona fuerte y tropical donde era abundante la producción de la caña de azúcar, caucho, banano, piña y mas frutos tropicales. La Independencia de este sector, tiene relación con la Independencia de Alausí el 13 de Noviembre de 1820.

El pueblo de Sibambe figuró en la antigüedad por haber tenido un palacio real, y la fortaleza que hizo construir Huayna –Capac. Durante la conquista perteneció a la Tenencia de Alausí y al cantonizarse esta en 1824 Sibambe fue hecha parroquia perteneciendo a la misma jurisdicción.⁶

⁶Villavicencio, Manuel. 2006. Geografía de la República del Ecuador. Quito. Editorial: Corporación Editora Nacional. P. 267

2.2. LA RUTA NARIZ DEL DIABLO

Su serpenteante camino, sólidas rocas y sus empinadas montañas obligan al tren a realizar dos veces zigzag en la zona del monte Pistishi, conocido también como Cóndor Puñuna o donde duerme el cóndor, aunque esas majestuosas aves ya no surcan esos aires tras la intervención de ser humano. Para quienes creen en el diablo y aceptan su alegórica representación, basta alejarse un poco de la estación de Sibambe y sumar un poco de imaginación para apreciar en el monte de Pistishi la forma de una inmensa nariz, el gran atractivo del tramo.

La construcción del ferrocarril del Ecuador comenzó en el gobierno del conservador Gabriel García Moreno en 1861 y lo terminó el liberal Eloy Alfaro en 1908, en una campaña considerada audaz para la época y que resulta intrépida, incluso, a ojos del siglo XXI.⁷

De boca en boca se cuenta que Alfaro era para la época considerado por la Iglesia católica como el mismísimo Belcebú. La leyenda dice que hizo un pacto con el diablo para acabar la obra, que se saldó con la muerte de 4.000 jamaquinos en medio de las explosiones de dinamita, por enfermedades, derrumbes y picaduras de serpientes, en el imaginario también están los ruidos que el guarda de la estación de Sibambe escucha las noches y que se atribuyen a las almas de los jamaquinos muertos en la obra.⁸

⁷ Rodríguez, Roberto. 2005. *La Región Interandina Ecuatoriana*. Quito Editorial Miraflores. P. 124.

⁸ Aguilar, Manuel. 2002. *Nuestros Ecuador Cuentos*. Quito. Editorial. Codgraf. P. 83



IMAGEN Nº 3. MONTAÑA CÓNDOR PUÑUNA O NARIZ DEL DIABLO. AUTOR: YÉPEZ, DAVID.

2012

Según el Diario el Universo del martes 01 de febrero del 2011 publicado en su página web (<http://www.eluniverso.com/>) dice los siguientes párrafos:

Puntiagudas rocas que casi rozan la ventana del tren por un lado y profundos abismos al otro dibujan la ruta de la “Nariz del Diablo”, que hoy reanudó sus operaciones turísticas en Ecuador, acompañada de paisajes donde el sol y las nubes disputan un protagonismo dignos de cuentos fantásticos.

Con una inversión de siete millones de dólares y en seis meses de trabajo, Ecuador rehabilitó 13.5 kilómetros de la vía férrea que recorre el corazón de los Andes por la ruta Alausí – Sibambe, donde el diablo dejó olvidada su nariz.

A unos 270 kilómetros de Quito, en la ciudad de Alausí una locomotora a diesel que va a 20 kilómetros por hora o la mitad en ciertos tramos, el tren cruza la montaña herida hace un siglo por toneladas de dinamita usadas para abrir el camino del ferrocarril que unió La Sierra con La Costa. Más de 3.000 personas de

las comunidades cercanas, la ruta de la Nariz del Diablo no tiene nada de diabólico y, más bien se ha convertido en un importante puntal de su economía.

Antes la estación se encontraba totalmente destruida: no tenía techos, no se pudieron llevar las paredes porque eran muy pesadas. Los turistas se podían bajar cinco minutos para que tomen fotos, subían y se acabó; hoy en día incluso hay un hostel con capacidad para quince personas, donde ya pernoctó el año pasado el jefe de Estado, Rafael Correa.

Asimismo, en la zona existen dos cafeterías, un museo y tiendas administradas por las comunidades que además abrirán sus casas a turistas que deseen compartir su forma de vida y conocimientos, para lo que se han organizado también rutas sobre medicina o cultivos, entre otros.

De acuerdo con la Empresa Pública de Ferrocarriles en su página Web: (<http://www.trenecuador.com>) indica lo siguiente con respecto al viaje en tren hacia La Nariz del Diablo:

Las modernas unidades cuentan con asientos ubicados frente con frente, con mesas plegables y amplios ventanales que ofrecen un mejor disfrute del paisaje. Se realizan tres viajes, de martes a domingo, pero los miércoles a las 15:00, hay recorridos gratuitos para personas con capacidades especiales. Hoy en día el ferrocarril en la Ruta Nariz del Diablo ofrece los siguientes servicios y actividades:

1. **Excursión Estándar** (Locomotora) ida y vuelta \$ 25
2. **Excursión Plus** (Locomotora) ida y vuelta \$ 35

Ambas excursiones cuentan con los siguientes servicios:

- Viaje en Tren
- Guianza Nativa
- Asientos laterales (Estándar)
- Asientos Frontales y Traseros (Plus)
- El precio incluye \$2 de consumo en el Café del Tren
- Entrada del museo

3. **Viaje Expreso** Ida y vuelta \$ 6.50

- Viaje en Autoferro
- Asientos laterales.
- No incluye guía.

Se da el 50% de descuento a la tercera edad, estudiantes y personas con discapacidad y todos los trenes poseen climatización interna, agua potable y baterías sanitarias.

2.3. GENERALIDADES DE LA PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE

2.3.0. Origen de su nombre.- Sibambe proviene de una tribu que se radico en este sector hace mucho tiempo atrás, se les conocía con el nombre de Sibambis. Sibambe significa “río que corre del cuello de la montaña”. (<http://sibambe.net/>).

De la misma manera según el Gobierno Autónomo Parroquial de Sibambe en su Plan de Ordenamiento Territorial 2012-2021 publicado en su página Web: <http://es.scribd.com/doc/>, dice lo siguiente en cuanto a:

2.3.1. Situación Geográfica.-

Se encuentra situada en la Provincia de Chimborazo, en la parte oeste del cantón Alausí, a 105 Km de la ciudad de Riobamba, capital de la provincia del Chimborazo y a 12 Km de la cabecera cantonal es decir la ciudad de Alausí.

2.3.2. Situación Astronómica.-

Las Coordenadas de la cabecera parroquial son: 78°53'24" longitud occidental; y 2°13'34" de latitud Sur.

Continente: América del Sur

País: Ecuador

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Parroquia: Sibambe

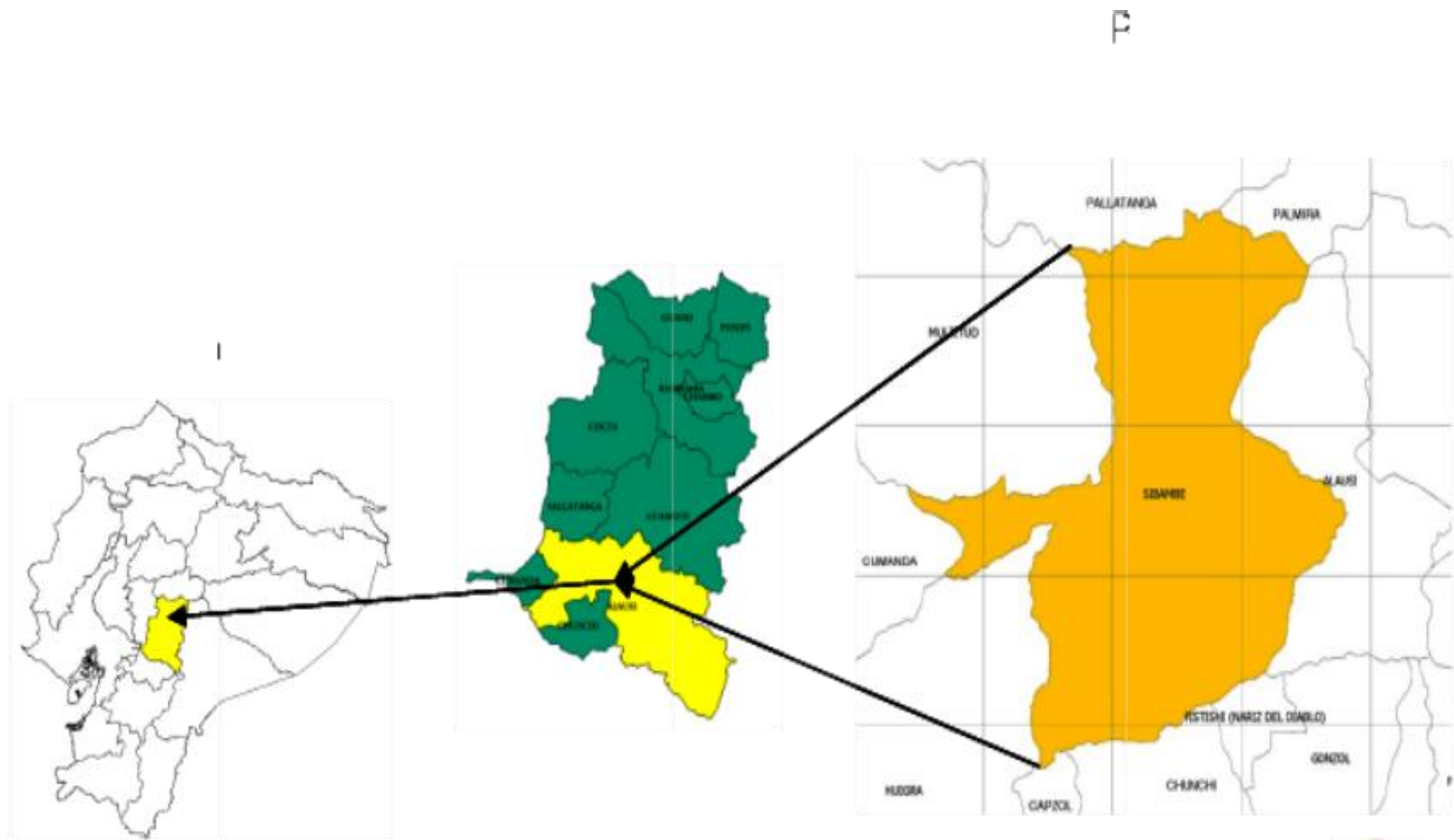


IMAGEN Nº 4. UBICACIÓN DE LA PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE. FUENTE: [HTTP://WWW.JUNTAPARROQUIALSIBAMBE.GOB.EC/](http://www.juntaparroquialsibambe.gob.ec/).

2012

2.3.3. Superficie.- La superficie total de la Parroquia Sibambe es de 144.76 km² que representa el 8.73% del espacio total del Cantón Alausí, ocupando el tercer lugar dentro de la superficie cantonal.

2.3.4. Altitud.- Se ubica entre los 1400 a 3760 m.s.n.m.

2.3.5. Clima.- Se clasifica de semihúmedo a templado, con una temperatura máxima de 20°C y una mínima de 8°C, la precipitación media pluvial anual es de 650 mililitros con una humedad relativa del 60% y con un promedio de 54 días de lluvia.

2.3.6. Límites Generales.- Los límites son: Al Norte Tixán, Pallatanga, al Sur Chunchi y Huigra al Este Alausí al Oeste Bucay.

Según La Junta Parroquial Rural de Sibambe en su página web (<http://www.juntaparroquialsibambe.gob.ec/>), dice lo siguiente en cuanto a:

2.3.7. Límite Geográfico Parroquial.- Al norte: desde la afluencia de la Quebrada Esperanza en el río Maguazo, el curso de este río aguas arriba, hacia la confluencia de sus quebradas formadoras, tales como: Carbonería, Playa y Quisharguaycu, de su afluencia, la quebrada Quisharguaycu, aguas arriba, hasta su nacimiento sur.

Al sur: Río Chanchán, aguas abajo, hasta su confluencia con el río Blanco;

Al este: De la nacimiento sur la Quebrada Quisharguaycu, el divisor, hacia el sur oeste, que pasa por la loma Chamay Huayco, Cerros Huagra Corral, Cerro Paderrumi, loma Quitayacu, Cerro Busay, Lomas Hualliguay, Llama, Cocha

verde, Huantug y Danas, Cerro Danas y su extensión a los orígenes de la Quebrada Chiglín; aguas abajo, que luego toma el nombre de quebrada Iliguche, hasta la afluencia en el río Alausí, el río Alausí aguas abajo, hasta su confluencia con el río Guasuntos, conformado el río Chanchán.

Al oeste: El río Blanco, agua arriba, hasta la quebrada Tarapacá; de aquí agua arriba, hasta la cordillera Sunicocha, agua abajo hasta formar el río Sacramento; de esta afluencia, el río Sacramento, hasta la confluencia con la Quebrada Machaypata, de este Cerro el Sendero Noreste, que pasa por las localidades San Nicolás Cerro Margarita, Cocha seca, faldeo norte de la loma Yanaguico hasta un punto situado a la altura longitudinal de la loma ChaupiUrco; del sendero, la línea imaginaria al este, a las nacientes de la quebrada Alpachaca, de esta aguas abajo, que luego toma el nombre de Quebrada Chilcapamba y de Esperanza, hasta su afluencia en el Río Maguazo.



**IMAGEN Nº 5. PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE Y SUS LÍMITES. FUENTE:
HTTP://WWW.JUNTPARROQUIALSIBAMBE.GOB.EC/. 2012**

2.3.8. Población.- Según datos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) del último censo poblacional llevado a cabo en el año 2010, publicado en su página Web (<http://www.inec.gov.ec/>) la población total de la Parroquia Sibambe es de 3869 habitantes de los cuales 1870 son hombres, es decir el 49.06 % y 1999 son mujeres con un 50.94 %, siendo por lo tanto la población femenina en su mayoría.

También el Gobierno Autónomo Parroquial de Sibambe en su Plan de Ordenamiento Territorial 2012-2021 publicado en su página Web: (<http://es.scribd.com/doc/>), indica que su población total de 3869 habitantes, 1509 personas que representan el 39% vive en la Cabecera Parroquial (Sibambe), y 2360 que representa el 61% vive en otras comunidades pertenecientes a la misma parroquia, cuya población económicamente activa es de 1176 personas representando el 30.40 %; de este total un 66 % se dedica a la agricultura, un 21% como obreros de construcción, varios servicios domésticos un 6%, el comercio y transporte un 4%, empleados públicos técnicos y privados un 3%.

De acuerdo al Municipio de Alausí en su página web (<http://www.municipiodealausi.gob.ec/>), indica lo siguiente en cuanto a:

2.3.9. Recintos y Comunidades.- Entre los más importantes tenemos: Alpachaca, Bayanac, Cascarillas, Chol, Guñin, Pagma, Pepinales, San Miguel Loma, San José, Tucna, Tucunag, Vaquel, Yalancay, Chegche, Shilishul.

2.3.10. Actividades Económicas.- La principal actividad económica del habitante de Sibambe es la agricultura y ganadería. Existe otro grupo de personas que se dedican a las actividades del comercio, entre los que sobresalen la compra y venta de ganado vacuno, caballar, porcino, ovino; y a la venta de granos que produce la tierra, trigo, cebada, lenteja, arveja, y habas, maíz, fréjol.

Se dispone para el cultivo el equivalente al 28% de la superficie total dado que en la parroquia los bosques, páramos y pastos naturales cubren alrededor de un 72%, en el espacio de pastos naturales han propiciado sitios para la ganadería vacuna y ovina. Por otro lado habría que citar las pocas parcelas dedicadas al

cultivo que apenas superan las 2 hectáreas, y que por otro lado las pronunciadas pendientes de sus suelos, ello es un limitante para el mejoramiento de la producción parroquial, no obstante los principales productos de cultivo de Sibambe son: el trigo, la cebada, el maíz y la papa en las partes altas, mientras que en las partes bajas predomina el fréjol tierno, tomate y la alfalfa.

2.3.11. Vestimenta.- La vestimenta tradicional ha ido cambiando de acuerdo al transcurso de las épocas el Sibambeño tradicional su atuendo típico era el terno clásico de casimir domingos y días de fiesta y en la actualidad el joven viste por la moda por la influencia de su educación de la televisión el marketing recalcando que al ser Sibambe un pueblo de agricultores en su trabajo de campo vestían y visten trajes apropiados para esta actividad.

2.3.12. Leyendas.- Sibambe cuenta con leyendas y tradiciones que son parte de su trayectoria cultural y que se transmiten de generación en generación como es la leyenda del Campanapungo, la cual dice que en la vía a Alpachaca cubierto de pajonales donde moran animales de vida silvestre, allí se encontraron las campanas que los aborígenes traían a la parroquia, al igual que se le petrificó la yunta de aquel labrador que allí se sentó a descansar, se dice que hasta hoy repican aquellas campanas de oro al medio día y a la medianoche, en la entraña de la montaña.

2.3.13. Fiestas Típicas.- Su gran fiesta típica se celebra El 25 de julio de todos los años en honor al apóstol San Felipe Santiago, de este Santo la parroquia toma el nombre de Santiago de Sibambe, esta fecha los devotos visitan la parroquia demostrando su fe católica. Para estas fiestas llegan gran parte de sus devotos

sobre sus mejores caballos, como para imitar a su Santo Patrono y ganarse su gracia, permanecen en Sibambe por varios días celebrando con algarabía: toros, peleas de gallos, bailes, carreras de caballos, misas y la procesión por las principales calles en la que el Apóstol Santiago es cargado por sus devotos y escoltado masivamente por gente a caballo y a pie.

Además se festeja los típicos que lo hacen en los pueblos Andinos del Ecuador: Año Viejo, Año Nuevo, Carnaval, Semana Santa, Corpus Cristi, Finados, Navidad y Santos Reyes.

2.3.14. Juegos tradicionales.- Los sibambeños de antaño gustaban de jugar los cocos, el golpeado, el boliche y más juegos tradicionales como pelota de mano y tabla, fútbol y ecuavoley.

En el boliche por ejemplo se utilizaban unas pequeñas esferas de vidrio de colores diferentes que deben caer dentro de una circunferencia; en cambio el juego de cocos el objetivo consiste en sacar a estos cocos que son una especie de bolas o rulimanes grandes, del círculo previamente trazado en la tierra, eliminando de un golpe a sus adversarios.

2.3.15. Platos Típicos.- El cuy, caldo de gallina, el chancho y sus potajes que de él se derivan.

La Junta Parroquial Rural de Sibambe en su página web: (<http://www.juntaparroquialsibambe.gob.ec/>) destaca los siguientes párrafos con respecto a sus festividades:

Mucho más antes que otras poblaciones del Ecuador, Sibambe ya realizaba el “desfile del chagra” que lo denominaban “marcha a caballo” anticipándonos a otros lugares que han tenido el acierto de visibilizarlo, este hecho cultural es centenario en la comarca y por lo tanto, muy conocido allende las fronteras del poblado.

En estas festividades se programan actos culturales, sociales, deportivos y sobresale los toros de pueblo, riñas de gallos, carrera de caballos se identifican con el lado de sus orígenes y la cultura española. Lo afirmado se manifiesta en los apellidos de sus pobladores que con la migración hacia España sus coterráneos comentan que cuando vuelven a esa tierra recuerdan a Sibambe por los apellidos que existe en España.

De igual forma la Junta Parroquial Rural de Sibambe en su página web (<http://www.juntaparroquialsibambe.gob.ec/>), dice lo siguiente en cuanto a:

2.3.16. Centros Educativos.- La Parroquia cuenta con 3 centros educativos que son:

- Educación Inicial Jardín de Infantes “Santiago de Sibambe”.
- Escuela Fiscal Mixta “Ovidio Decroly”.
- Colegio Técnico Agropecuario “Dr. Fausto Vallejo Escobar”.

2.3.17. Actores Sociales.-

- Junta Parroquial
- Tenencia Política
- Subcentro de salud (atención de domingo a jueves).

- Registro Civil (atención un día a la semana).
- Biblioteca del SINAB
- Corporación Nacional de Telecomunicaciones
- Junta Administradora de Agua Potable y Alcantarillado
- Junta de agua de riego.
- Hermandad del Señor Hermandad de la Virgen.
- Club Social y Deportivo “Pucará”

2.3.18. Autoridades de la Parroquia.-

1. Miguel Ángel Gallegos Romero; Presidente de la Junta Parroquial de Sibambe.

Dirección: Parroquia Sibambe Calle Quito y Atahualpa. Teléfono: 032930862.

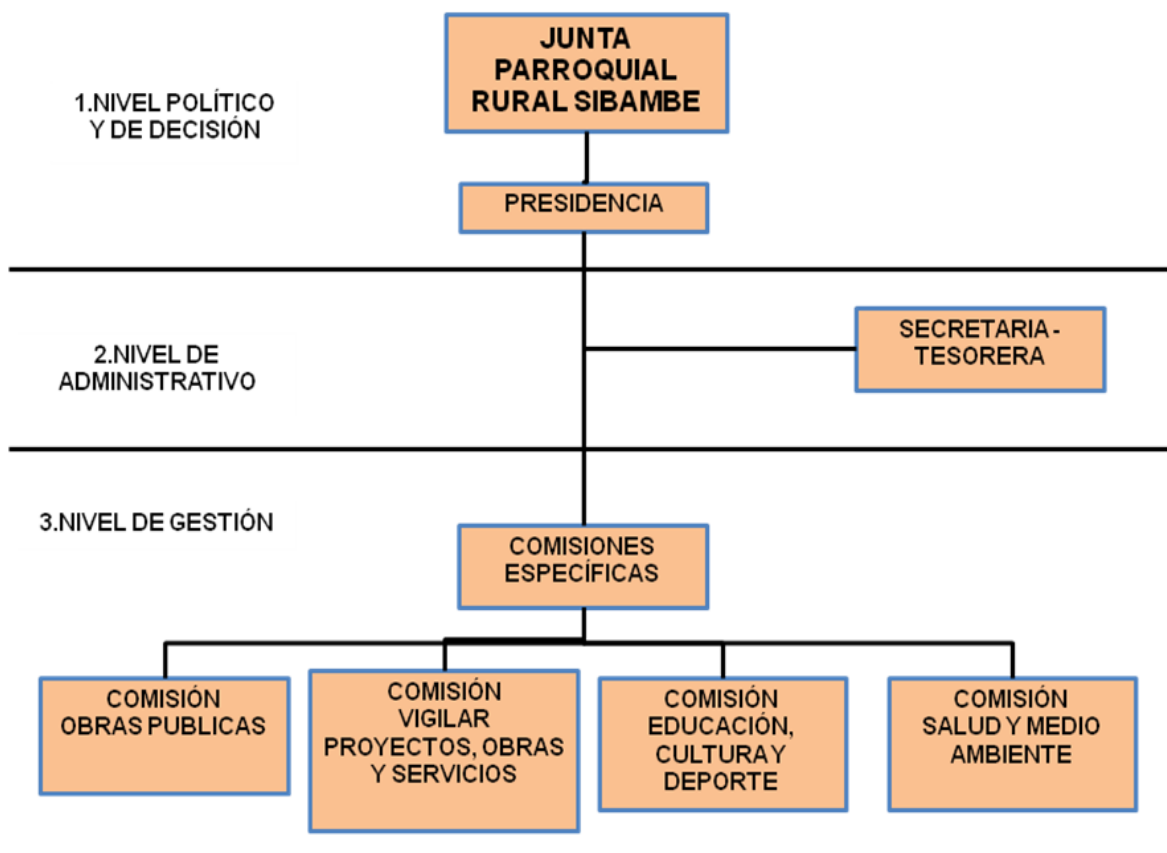
E- Mail: mikegallegos@hotmail.com

2. Silvia Maira Mariño Parco: Secretaria / Tesorera

Dirección: Sibambe Calle Atahualpa y la Tres. Teléfono: 032343038.

E-mail:silvmar987@hotmail.es

CUADRO Nº 2 ESTRUCTURA ORGÁNICA FUNCIONAL DE LA PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE. FUENTE: [HTTP://WWW.JUNTAPARROQUIALSIBAMBE.GOB.EC/](http://www.juntaparroquialsibambe.gob.ec/). 2013



Nivel político: Integrada por la Asamblea Parroquial que lo conforman todos los actores parroquiales, ciudadanas, ciudadanos y líderes comunitarios de la parroquia se encuentra presidida por el Presidente de la Junta Parroquial.

Nivel directivo: Constituido por la Junta Parroquial, el presidente de la Junta quien lo preside y los vocales miembro de las diferentes comisiones.

Nivel administrativo: Esta a su cargo las actividades complementarias para ofrecer ayuda material de procedimientos o servicios internos a todos los niveles y unidades administrativas.

Nivel operativo: Cumple con las políticas y objetivos de la parroquia, a través de la ejecución de planes, programas aprobados por el nivel 1 y 2, al cual está subordinado.

2.4. ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE SIBAMBE Y SUS ALREDEDORES

<p align="center">TABLA N°1 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE SIBAMBE Y SUS ALREDEDORES. FUENTE: HTTP://ALAUTITOURS.COM/ AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012</p>					
CATEGORÍA	EXISTE		CARACTERÍSTICAS	NOMBRE DEL ATRACTIVO	ACTIVIDADES A OFRECER
	SI	NO			
Cascadas	X		<p>La base producto de la caída del agua forma un impresionante encierro de piedra a manera de un vaso gigante por cuyo borde sale el agua que continúa su curso, el paisaje es complementado con un sinnúmero de piedras de gran tamaño ubicadas naturalmente a lo largo del río. Su acceso con la ayuda de cuerdas hace que la sensación de aventura llegue su máxima expresión. Ubicada a 48,5 Km. De Alausí, en la vía a Guayaquil.</p>	Cascada del Angas y cascada de Panamá	<ul style="list-style-type: none"> • Rappel • Descenso en cuerda • Caminatas • Ecoturismo
Lagunas	X		<p>Para llegar es necesario hacerlo por Charicando a 21,2 Km. De Alausí (vía a Riobamba), se recorren 22,3 Km. De páramo hasta Totoras donde se gira a la izquierda para llegar al complejo después de 11Km.</p>	Ozogoche, Verde cocha Magtayán y Cubillín	<ul style="list-style-type: none"> • Cabalgatas • Caminatas • Ecoturismo • Avistamiento de flora y fauna.
Hallazgos Arqueológicos	X		<p>Ubicado a 34,8 Km. De Alausí. El Qhapaqñan o camino mayor comprende alrededor de 5000 Km. De longitud en 6 países, el tramo perteneciente a</p>	Camino del inca o Qhapaqñan	<ul style="list-style-type: none"> • Acampamiento • Caminatas • Cabalgatas • Ciclismo

			Alausí esta a 10,3 Km. De Achupallas, en este podemos apreciar vestigios de fortalezas, almacenes y caminos construidos por los incas desde el siglo XII, todos estos integrados con el paisaje de páramo permanente.		
	X		Son conchas gigantes petrificadas, en el sitio se encuentran alrededor de 25 ejemplares, el más grande posee un diámetro de 1,25 m. Pertenecieron al grupo de Invertebrados Marinos denominados Braquiópodos del período Precámbrico, era Arzoica cuya antigüedad es de 325 millones de años. Están a 51,9 Km. (por Charicando) y 46,5 Km. (por la Moya Achupallas) desde Alausí.	Conchas gigantes Petrificadas	<ul style="list-style-type: none"> • Acampamiento • Caminatas • Turismo Científico • Ciclismo
Atractivos Culturales	X		Partiendo de Alausí en tren son 11,4 Km. Hasta llegar a la estación de Sibambe (Pistishi), su construcción hace mas de 100 años hace famosa a la Nariz del diablo complementada con el singular trazado de vía en forma de zig-zag en la peñascosa montaña (cóndor Puñuna) donde el tren necesariamente debe avanzar en reversa y lograr un descenso de 1933 a 1847 m.s.n.m. en menos de 5 MIN	Ruta férrea Nariz del Diablo	<ul style="list-style-type: none"> • Visitas al museo Cóndor Puñuna. • Compra de artesanías turísticas • Caminatas • Cabalgatas • Convivencia cultural.
			Representada al por	Ciudad de	<ul style="list-style-type: none"> • City Tour

			el primer papá de la Iglesia Católica La Estatua de San Pedro , única en su tipo en el mundo, ya que posee más de 100.000 piezas de cerámica con 15 metros de altura desde aquí se puede apreciar otros atractivos como el Puente Negro, La Iglesia Matriz y el Reloj Público.	Alausí	<ul style="list-style-type: none"> • City Line • Distracción y Esparcimiento • Ciclismo
Manifestaciones culturales	X		Dentro del centro poblado es común encontrar interminables muros de piedra como limitadores de las propiedades de sus habitantes, lo que también ha definido la forma de los senderos, su gente conserva su vestimenta multicolor autóctona con el infaltable sombrero blanco, se dedican a la agricultura en su mayoría. Se encuentra a 18,9 Km de Alausí tomando un desvío 1 Km después de la Moya en la vía a Cuenca.	Comunidad de Nizag	<ul style="list-style-type: none"> • Convivencia cultural. • Shamanismo • Turismo Comunitario • Compras de artesanías turísticas
Fiestas populares	X		Celebradas 20 de junio y 25 de julio respectivamente en honor a sus patronos.	Fiestas de San Pedro de Alausí y Santiago de Sibambe	<ul style="list-style-type: none"> • Distracción y esparcimiento • Convivencia cultural • Cabalgatas. • Caminatas • Turismo Rural

Como se puede observar La Parroquia Rural de Sibambe y sus alrededores cercanos cuentan con importantes atractivos turísticos de tipo natural y cultural, cuyo principal atractivo más cercano es sin duda la Ruta Férrea Nariz del Diablo, por ello se hará más énfasis a este atractivo, ya que para el desarrollo del

proyecto tendrá una vital importancia, por ello se debe tomar muy en cuenta el siguiente punto:

2.5. Campo de Acción de Ferrocarriles del Ecuador con las comunidades de la Ruta Férrea Nariz del Diablo.- De acuerdo a Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP) en su página web (<http://www.ferrocarrilesdeecuador.gob.ec/>) con respecto a este punto dice lo siguientes párrafos:

Como parte del programa de democratización del uso del tren, hacia los sectores más vulnerables, Ferrocarriles de Ecuador da inicio al programa “Conciencia Social sobre Rieles. El objetivo principal de esta actividad es el acceso gratuito al servicio turístico del ferrocarril, por parte de aquellos grupos en situación de vulnerabilidad como: personas con discapacidad, de la tercera edad y que acceden al Bono de Desarrollo Humano; niños, niñas y adolescentes de escuelas y colegios fiscales de las comunidades a lo largo de línea férrea.

En general y para el cumplimiento de su objeto social, Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública –FEEP-, podrá ejecutar directamente o contratar con terceros, o con las comunidades aledañas las obras, servicios, consultorías y realizar toda clase de acuerdos, convenios, actos o contratos administrativos, civiles, financieros, mercantiles, comerciales, laborales, industriales, de propiedad intelectual o de servicios, debiéndose sujetar a las normas jurídicas específicas que regulen esos actos jurídicos y a las normas que rigen el giro del negocio de la empresa.

2.6. El turismo en el Ecuador y su aporte a la revalorización cultural de los pueblos desde el contexto macro, meso y micro.

2.6.1. Contexto Macro.- De acuerdo a La Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) en su página web (<http://plan.senplades.gob.ec/>) con respecto a este punto indica los siguientes párrafos:

El patrimonio cultural tangible e intangible ecuatoriano está conformado por sus lenguas y formas de expresión, manifestaciones culturales, edificaciones, espacios y conjuntos urbanos; documentos, objetos, colecciones, creaciones artísticas, científicas y tecnológicas; todos estos elementos generan un aspecto cultural ecuatoriano muy rico que se expresa de múltiples formas.

Es por ello que frente a esta realidad, es necesario retomar el concepto de economía endógena es decir implementar políticas públicas económicas que modifiquen los esquemas de acumulación, distribución, re-distribución de la riqueza con un enfoque territorial que permita reducir las inequidades en sus pobladores y dar más valor a su patrimonio natural y cultural.

Analizando estos aspectos se puede decir que es de carácter público reforzar la identidad cultural de los pueblos, a través de políticas y actividades que puedan aportar a su revalorización como por ejemplo crear centros de interpretación y rescate cultural en lugares donde la identidad cultural este extinguiéndose, o hacer que los distintos tour operadores incluyan en sus

paquetes actividades típicas o ancestrales de una determinada comunidad a la que visiten.

Por ejemplo algo similar se aplica en la comunidad Tiinkias pertenecientes a la Nacionalidad Achuar en la Región Amazónica donde se decidió ofrecer a los turistas una capacitación sobre la transferencia de conocimiento ancestral. Ahora, los viajeros pueden experimentar y aprender varias actividades como: hacer cerámica, tejidos típicos, peines, instrumentos musicales y tabaco achuar. De esta manera, se busca fortalecer la experiencia del ecoturismo y adicionalmente, recuperar y revalorizar su patrimonio cultural. (<http://pachamama.org.ec/>).

2.6.2. Contexto Meso.- La Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo (CORDTUCH) en su página web (www.cordtuch.org.ec) dice los siguientes párrafos:

Enfocando la actividad turística nacional e internacional de una forma sostenible como una opción para las poblaciones locales se canalizaría los beneficios de esta actividad en mejoras a su calidad de vida para que sus pobladores tengan una fuente de trabajo que no altere el ecosistema como por ejemplo que se dediquen al agroturismo en vez de talar árboles. Por otro lado, es necesario cambiar el enfoque actual de los referentes culturales, pasando de ver a pueblos, idiomas e instituciones como objetos folklóricos a un encuentro más sustantivo de identidades que permitan un reconocimiento en el otro y que fomenten las prácticas de turismo comunitario.

En este contexto por ejemplo en la Provincia de Chimborazo precisamente La “CORDTUCH”, es una organización comunitaria con una trayectoria desde

hace diez años, cuando diversas comunidades campesinas e indígenas de dicha provincia se reunieron para analizar su realidad y proponer soluciones, es así, que identifican al Turismo como una estrategia para conservar sus recursos naturales, revalorizar la cultura y diversificar sus labores productivas desde una perspectiva participativa y sustentable.

2.6.3. Contexto Micro.- Sibambe al ser una parroquia Rural perteneciente al Cantón Alausí Provincia del Chimborazo cuenta con diversos atractivos turísticos culturales y naturales que aún son desconocidos por la mayoría de turistas que viajan en tren en La Ruta Férrea Nariz del Diablo.

De acuerdo al Gobierno Autónomo Parroquial de Sibambe en su página web (<http://es.scribd.com/doc/>), dice que dicha parroquia como tal posee paisajes andinos, miradores naturales como los de San Jorge de Segla, San Francisco de Gulag, Chol y Shillishul, sus leyendas, sus fiestas religiosas y tradicionales que congregan a muchos visitantes y a antiguos parroquianos que llegan a reencontrarse con sus familiares, amigos y conocidos. Su principal fiesta en honor al Apóstol Santiago celebrada el 25 de julio de todos los años congrega aproximadamente a 30000 personas cada año en la Parroquia.

Analizando estos datos sin duda hay una gran oportunidad para realizar un turismo rural que aporte a la revalorización cultural de Sibambe como por ejemplo que el viajero visitante no solo sea espectador de las actividades que se realizan en sus fiestas sino que sea partícipe activo como jugar ecuavoley, montar a caballo, compartir sus leyendas, y visitar demás atractivos en sus alrededores como las comunidades de Alpachaca y practicar un agroturismo o realizar un

turismo de salud en sus aguas termales ahí existentes, o en las llanuras de Pagma que se las puede aprovechar para invertir en sitios de descanso.

2.7. MARCO LEGAL QUE FACULTE AL TURISMO APORTAR A LA REVALORIZACIÓN CULTURAL DE LOS PUEBLOS.-

Un marco legal es todo lo que la ley pone a disposición para la realización de distintos actos públicos o privados, sean de orden civil o comercial. (<http://espanol.answers.yahoo.com/>), partiendo de esta definición el marco legal para el título del proyecto propuesto serán los siguientes puntos:

- Reconocer la importancia de territorios culturalmente diversos, de pueblos y nacionalidades y su paulatina conformación como circunscripciones territoriales indígenas, montubias, afroecuatoriana, campesinas y mestizas de acuerdo a la Constitución del Ecuador, donde se deberán respetar prácticas culturales ancestrales en un contexto de mutuo respeto.
- Revalorizar el patrimonio edificado, proteger los sitios arqueológicos y las prácticas culturales locales, fomentar el conocimiento de la diversidad cultural en la población; incentivar el turismo nacional e internacional respetando y protegiendo los territorios.
- Proponer un modelo territorial que reconozca los derechos de los pueblos y nacionalidades para que sus prácticas de vida, conocimientos y cosmovisiones puedan ser compartidas y valoradas.
- Fomentar el conocimiento de la diversidad cultural del Ecuador es un elemento básico para el desenvolvimiento de pueblos y nacionalidades, así como la definición de las circunscripciones territoriales y la formulación de

los planes de vida de los pueblos y nacionalidades, los cuales se integrarán de manera progresiva al Plan Nacional para el Buen Vivir. (<http://plan.senplades.gob.ec/>)

- Según el artículo 63 del Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD), indica que los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales son personas jurídicas de derecho público con autonomía política, administrativa y financiera; y el artículo 64 de mismo código determina que los Gobiernos Parroquiales Rurales deben promover el desarrollo de su circunscripción territorial parroquial a través de actividades sostenibles 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. (<http://es.scribd.com/doc>).

2.8. METODOLOGÍA EMPLEADA EN LA INVESTIGACIÓN

La metodología empleada a lo largo del presente trabajo de titulación, se llevará a cabo con los siguientes instrumentos de recolección de datos:

2.8.0. Bibliográfico.- Se obtendrá información teórica, histórica, técnica y legal así como también de los atractivos turísticos naturales y culturales tangibles e intangibles de la Parroquia Sibambe y sus alrededores a lo largo de línea férrea Nariz del Diablo con el fin de obtener un inventario turístico de la zona proporcionada por entidades competentes.

2.8.1. Fichas de Observación.- Se utilizará fichas estructuradas para observar las condiciones turísticas sostenibles de la zona de estudio.

2.8.2. Entrevistas.- Se realizará a personas que trabajan en la actividad turística de la zona y que vendrían a ser partícipes operativos como por ejemplo al guía de turno del tren en la ruta Nariz del Diablo, guía del museo Cóndor Puñuna; y también se realizará entrevistas a autoridades de la Parroquia Rural de Sibambe y miembros de las comunidades involucradas en la estación del tren de Sibambe, para determinar el grado de desarrollo turístico que ha alcanzado la zona producto de la rehabilitación del tren en su ruta Nariz del Diablo y proponer el proyecto de turismo a desarrollar en las siguientes páginas.

2.8.3. Encuestas.- Se realizaran en la ciudad de Quito para el estudio de mercado, luego se tabularán y se determinará el perfil del cliente idóneo tanto del turista nacional como del extranjero en base a sus resultados.

- **Actividades y procedimientos a realizarse:** las siguientes actividades se realizarán en forma secuencial con su respectivo trabajo de campo si la actividad así lo requiere.
- Obtener información teórica de libros de turismo o referentes a la actividad así como también de páginas web de los organismos públicos como Ministerio de Turismo, Municipio de Alausí, Junta Parroquial de Sibambe entre otros para obtener datos fidedignos referentes a la historia, geografía, manifestaciones culturales, estadísticas de turismo, definición de términos entre otros para construir el marco teórico y referencial del proyecto.
- Se visitará los atractivos turísticos más relevantes de Sibambe y sus alrededores así como también su planta turística, para determinar en base a fichas de observación sus condiciones turísticas sostenibles, tomando en

cuenta su infraestructura turística como vías de acceso y superestructura turística como los reglamentos reguladores de la actividad del turismo.

- Se entrevistará a personal operativo que labora en el tren en la ruta Nariz del Diablo para conocer si ha mejorado o no la actividad turística de la zona producto de la rehabilitación férrea en el tramo indicado; de la misma manera se realizará entrevistas a las autoridades locales de La Parroquia Rural de Sibambe para determinar su grado de participación turística sostenible, si habido apoyo por parte de los organismos competentes en turismo para su revalorización cultural y si la entidad como tal estaría interesada en apoyar proyectos turísticos que aporten al desarrollo económico de su población.
- La información obtenida en el trabajo de campo serán sometidos a conclusiones y recomendaciones para así tener una visión objetiva del entorno del proyecto a desarrollar.
- Elaborar un estudio de mercado en la ciudad de Quito, teniendo como demanda potencial a turistas nacionales y extranjeros que viajan por medio de un tour hacia la Provincia de Chimborazo para viajar en el tren hacia la ruta Nariz del Diablo y sus alrededores.
- De las encuestas se procesará a una tabulación por medio de las respuestas adquiridas de los encuestados y además se presentarán en gráficos estadísticos por cada pregunta conjuntamente con su respectivo análisis e interpretación, para poder definir el perfil del cliente idóneo.
- Proceder a realizar el análisis Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) del proyecto a desarrollar para Sibambe y sus

alrededores, para posteriormente diseñar estrategias que permitirán la adecuada ejecución del proyecto en sí.

- Firmar un convenio de vinculación con la comunidad entre la Junta Parroquial de Sibambe y La Universidad Iberoamericana del Ecuador, como documento de apoyo par realizar capacitaciones turísticas que requieran los pobladores de Sibambe.
- Finalmente se propondrá a la Junta Parroquial Rural de Sibambe y los representantes de sus comunidades firmar un convenio de apoyo económico, humano y técnico, para crear la operadora de turismo y facilitar servicios de alojamiento, alimentación, transporte, entre otros, para que el turista pueda tener estos servicios directamente en la parroquia.

2.9. DEFINICIONES CONCEPTUALES Y OPERACIONALES

Actividad turística.- Son aquellos actos que realiza el consumidor (turista) para que acontezca el turismo. Son objetivos de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios ofrecidos. (<http://www.gigaturismo.com/>).

Agente de viajes.- Persona cuya actividad profesional se basa en el asesoramiento e información al viajero visitante acerca de los servicios ofrecidos por la agencia de viajes en la que opera; este toma contacto directo con el futuro turista, lo que le exige una buena dosis de tacto, diplomacia y sobre todo un excelente conocimiento del paquete turístico a ofertar, ya que es el responsable directo ante el cliente del producto o servicio que ofrece. (<http://www.gigaturismo.com/>)

Agroturismo.- Este tipo de turismo difiere con el turismo rural en que este es más activo, y sus visitantes lo visitan más para aprender y vivir esas experiencias. En cambio el Turismo Rural, puede ser utilizado como lugar de esparcimiento, pero con la condición de que esté desarrollado en un ámbito Rural. (<http://www.turismo20.com/>).

Análisis Foda.- El FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), es uno de los instrumentos analíticos cuando se trata de evaluar colectivamente procesos internos de una organización o comunidad con fines de diagnóstico como un instrumento de autoevaluación dentro de un proceso de planeación estratégica, proporcionando información necesaria para la implementación de acciones o medidas correctivas dentro de los factores económicos, sociales, políticos y culturales que influyen en el campo de estudio a realizarse.⁹

Aptitud Turística.- Recurso turístico con capacidad de uso y de integración con otros similares y con su ambiente natural. (<http://www.gigaturismo.com/>).

Área Turística.- Partes en las que se puede dividir una zona turística por lo tanto su superficie es menor que la de todo lo que contiene. (<http://www.gigaturismo.com/>).

Artesanía Turística.- Objeto típico producido en el lugar visitado por el viajero visitante, realizados a mano por la población local, empleando materia prima del

⁹ Tierra, P. 2009. *Planificación Territorial*. Escuela Superior Politécnica del Chimborazo. Escuela de Ingeniería en Ecoturismo. Texto no Publicado. P. 27.

lugar tales como piedra, madera, plata, alfarería, cestería, cuero, cobre, hueso, plumas, tejidos, entre otros que constituye la prueba del viaje. (<http://www.gigaturismo.com/>).

Atractivo Turístico.- Son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto atraen el interés del visitante.¹⁰

Calidad Turística.- Son las exigencias del mercado turístico actual en las que se busca satisfacer las demandas, en función de elementales estándares de calidad respondiendo a costumbres, usos y culturas. (<http://www.gigaturismo.com/>).

Capacitación Turística.- Actividad que tiene por objeto la formación profesional a distintos niveles del recurso humano que atenderá, tanto a los visitantes, como a los residentes que utilizan los servicios turísticos.¹¹

Centro Turístico Comunitario (CTC).- Son las comunidades en Ecuador legalmente constituidas, organizadas, y capacitadas para realizar actividades de turismo comunitario, en las que puedan ejercer uno o más servicios tales como alojamiento, alimentación y bebidas, transporte, intermediación, operación, agenciamiento, organización de eventos, congresos y convenciones. (<http://www.feptce.org/doc/>)

¹⁰Gómez, Manuel. M. 2005. *Ordenación y Desarrollo del Turismo en España y Francia*. Madrid. Editorial. Casa de Velásquez. P. 371.

¹¹ Quezada, Renato. C. 2010. *Elementos del Turismo. Teoría, Clasificación y Actividad*. San José. Editorial Universidad Estatal a Distancia. P. 170.

Competitividad turística.- Son las condiciones necesarias para el desarrollo de la actividad a través de productos turísticos competitivos desde los órdenes locales, a los internacionales. (<http://www.gigaturismo.com/>).

Comunidad._ Una comunidad es una combinación de unidades y sistemas sociales que proporcionan a las personas acceso a los ámbitos de actividad que resultan imprescindibles en la vida cotidiana. (Jafar. 2002, P.134).

Costumbre.- Práctica social con conjunto de cualidades o inclinaciones y usos que forman el carácter distintivo de una nación, pueblo o persona.¹²

Cultura.- Conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo. (<http://buscon.rae.es/drae/>).

Demanda.- Técnicamente son los clientes insatisfechos, o dónde están las oportunidades de crear nuevos negocios. Hay 4 tipos de demanda: demanda primaria es la total que maneja un sector de acuerdo a sus registros históricos; de demanda potencial, son aquellos clientes prospectos que se les puede vender un determinado producto o servicio; demanda selectiva aquella que maneja una empresa y demanda insatisfecha aquella que necesita que le ofrezcan nuevos productos o servicios de calidad que satisfagan sus deseos y necesidades. (Galarza, 2011, P. 9).

¹²Popol-Vuh. Nueva Enciclopedia Planeta. Volumen Segundo. 2000. Barcelona. Editorial Planeta. P. 443.

Demanda turística.- Es el conjunto de servicios solicitado efectivamente por el consumidor. Esta constituida por el conjunto de consumidores o posibles consumidores- de bienes y servicios turísticos. (<http://www.gigaturismo.com/>).

Desarrollo Sostenible._ Es un tipo de desarrollo que satisface las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades propias. El desarrollo sostenible exigiría mantener la integridad y la diversidad ecológica, satisfacer las necesidades humanas básicas, mantener abiertas las posibilidades para las generaciones venideras, reducir la injusticia y aumentar los niveles de autodeterminación. (Jafar, 2002, p. 176)

Desarrollo Turístico.- Crecimiento de una población mediante la actividad turística aplicando varias estrategias en la que se obtiene ingresos económicos y se beneficia toda la localidad.¹³

Downhill.- Es un deporte extremo de descenso en bicicleta todo terreno, el cual consiste en una prueba de ciclismo de montaña en terrenos de gran dificultad, escarpados, muy inclinados, dando lugar a descensos a alta velocidad, con momentos de saltos espectaculares y esquivar una multitud de obstáculos; en donde los ciclistas realizan una carrera contrarreloj. (<http://www.tododxts.com/>).

Economía Endógena.- Implementar políticas públicas económicas que modifiquen los esquemas de acumulación, distribución, re-distribución de la riqueza con un enfoque territorial que permita reducir las inequidades en sus

¹³ Organización Mundial del Turismo. 2005. Conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas de turismo. Manual Técnico N°1. Madrid. P. 52

pobladores y dar más valor a su patrimonio natural y cultural (<http://plan.senplades.gob.ec/>).

Estructura Turística.- Es el elemento del turismo conocido como planta turística o como estructura productiva del servicio, ya que por medio de sus servicios es posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento de los atractivos y actividades de un lugar; entonces la planta es la encargada de atender y satisfacer todas las necesidades y deseos del turista como por ejemplo un hotel, un restaurante, una agencia de viajes, entre otros. (Quezada, 2010, p. 195).

Estudio de Mercado.- El estudio de mercado es uno de los factores más críticos en el estudio de proyectos porque es la determinación de su mercado en sí, porque aquí se define la cuantía de su demanda e ingresos de operación.¹⁴

Guía de turismo.- Persona profesional o capacitado técnica y humanamente cuya misión es informar, asistir y atender al turista durante una visita u otro servicio técnico-informativo turístico. (<http://www.gigaturismo.com/>).

Infraestructura Turística.- Es el segundo elemento de la estructuración del turismo y su importancia es enorme para el soporte de la planta turística pues sus componentes son determinantes para la puesta en valor de los atractivos y para el desarrollo de la oferta. Es así que la infraestructura compone los siguientes rubros, acueductos, energía, comunicaciones, drenajes, sanidad,

¹⁴ A. Sapac, Chain. 2004. Preparación y Evaluación de Proyectos. México. Editorial Trillas. P. 22.

seguridad, educación, carreteras, obras urbanas, entre otros. (Quezada, 2010. P. 190).

Itinerario.- Documento escrito o impreso que describe el recorrido, indicando las distancias. Es el detalle de actividades y prestaciones incluidas en el programa. (<http://www.gigaturismo.com/>).

Marketing turístico.- Conjunto de políticas y técnicas sistematizadas y coordinadas que llevan a cabo empresas y organismos públicos y privados sobre el plano local, regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima de las necesidades y motivaciones turísticas de los consumidores, y lograr de esta forma un beneficio apropiado. (<http://www.gigaturismo.com/>).

Mercado turístico.- El mercado turístico hotelero, se define por la oferta (recurso atractivo y planta de servicios) y la demanda (flujo de viajeros visitantes, estadísticas de turismo receptivo e interno).¹⁵

Nariz del Diablo: Espectacular obra de ingeniería ferrocarrilera conocido como el “Tren más difícil del mundo” ya que costó muchas vidas humanas a principios del siglo XX en la Provincia de Chimborazo – Ecuador, en el que el tren hace un recorrido en bajada de 10 minutos en zig – zag, desde Alausí en la montaña llamada Nariz del diablo por su forma hasta la población de Sibambe. (Rodríguez, 2005, p.124).

¹⁵ Galarza, Carlos. 2010. *Módulo de Fundamentos de Marketing Turístico Hotelero*. Universidad Iberoamericana del Ecuador. Escuela de Hotelería y Turismo. Quinto Nivel. Módulo no publicado. P. 15.

Oferta turística.- Conjunto integrado por bienes, prestaciones y atractivos turísticos de diferentes tipos que permiten satisfacer las necesidades de los turistas. (<http://www.gigaturismo.com/>).

Operadora Turística.- Empresa que diseña y produce cierta cantidad de paquetes turísticos, que posteriormente comercializa a través de las agencias de viajes mayoristas o minoristas propios o ajenos bajo una o más marcas.¹⁶

Paisajes naturales._ Son aquellos que apenas han sido modificados por la actividad humana. Este tipo de paisaje es cada vez menos frecuente.¹⁷

Paquete Turístico.- Se puede definir como un conjunto de servicios y atractivos que se venden por un tiempo y precio fijo.¹⁸

Patrimonio Cultural: comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas (<http://www.unesco.org/>).

¹⁶ Reyes, Ávila. 2008. *Turismo Sostenible*. Madrid. Editorial IEPALA. P. 98.

¹⁷ Feo, José Vicente. 2005. *Nuevo Identidades Sociales 3*. Bogotá. Editorial Norma. P. 21.

¹⁸ López B. Héctor. 2003. *Revista Javeriana*. Bogotá. Editora L. Canal y Asociados. P. 531

Patrimonio Turístico.- Es el conjunto de elementos turísticos, de uso mediato o inmediato que cuenta un país. Estos elementos están constituidos por los atractivos turísticos más la planta turística más la infraestructura y superestructura que hacen posibles su acceso y funcionamiento. (Quezada, 2010, p. 168).

Planificación turística.- Consiste en el conjunto de objetivos, metas y acciones que están relacionadas con las estrategias y programas turísticos estipulados para cumplir una meta u objetivo propuesto. También es un documento en que se consagran las cosas que se pretenden hacer y la forma en que se piensa llevarlas a cabo. (<http://athpaipa.blogia.com/>).

Plandetur.- (Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para el año 2020) El PLANDETUR 2020 es parte de la planificación nacional del Ecuador que busca marcar un cambio de época con a) la reforma política, b) la transformación económico- productiva, c) la transformación social y el desarrollo humano, y d) la integración latinoamericana. En este contexto, el turismo sostenible se constituye en un elemento fundamental en la agenda del país porque plantea una forma de gestión que permite armonizar la prosperidad derivada de la actividad turística y sus encadenamientos con otros sectores productivos para generar bienestar de manera equitativa sobre la base del respeto y reconocimiento de su riqueza cultural, pluricultural y multiétnico, y su megabiodiversidad, la mayor del mundo por unidad de territorio.¹⁹

¹⁹ Ministerio de Turismo del Ecuador. 2007. *Plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible en Ecuador hacia el año 2020: PLANDETUR 2020*. Quito.

Plan Nacional del Buen Vivir.- El Plan Nacional de Desarrollo, denominado Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013, es el instrumento del Gobierno Nacional del Ecuador para articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública. El Plan cuenta con 12 Estrategias Nacionales; 12 Objetivos Nacionales, cuyo cumplimiento permitirá consolidar el cambio que los ciudadanos y ciudadanas ecuatorianos con el país que anhelamos para el Buen Vivir.

El Plan fue elaborado por la SENPLADES en su condición de Secretaría Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa, conforme el Decreto Ejecutivo 1577 de febrero de 2009 y presentado por el Presidente Rafael Correa Delgado, para conocimiento y aprobación en el Consejo Nacional de Planificación. (<http://plan.senplades.gob.ec>).

PIMTE.- Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador 2010 -2014, el cual todo su plan se basa en estos cuatro objetivos primordiales que son:

1. Aumentar el volumen de turistas internos a nivel nacional.
2. Redistribución por tiempo y por espacio el volumen de visitantes internos a nivel nacional, tanto turistas como excursionistas.
3. Reducir el fenómeno de la estacionalidad turística a nivel nacional.
4. Impulsar a las poblaciones menos favorecidas que viven en condiciones de pobreza a realizar actividades de turismo de ocio y recreación como derecho ciudadano. (<http://www.turismo.gob.ec/>).

Práctica Ancestral.- Se refieren a los conocimientos y prácticas desarrolladas por las comunidades locales a través del tiempo para comprender y manejar sus propios ambientes locales. Se trata de un conocimiento práctico y no codificado, creado por la observación directa a través de generaciones como una forma de

fortalecer su entorno natural y cultural de sus comunidades.
(<http://www.redagres.org/>).

Producto turístico.- Conjunto de factores materiales e inmateriales que pueden comercializarse aislados o agregados, según el cliente-turista solicite una parte o un todo heterogéneo de los servicios ofertados, y que estos se consumen con la presencia del cliente en el marco de un área turística receptiva, y que se espera cubra suficientemente sus necesidades y deseos durante la instancia del viaje.²⁰

Proyecto turístico.- Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema que tiende a resolver una necesidad humana tal es el caso del turismo que busca satisfacer necesidades, deseos de ocio y descanso. (Galarza, 2010 p. 5).

Revalorizar: Devolver a algo el valor o estimación que había perdido. Aumentar el valor de algo. (<http://buscon.rae.es/drae/>).

Revalorización: Acción y efecto de revalorizar. (<http://buscon.rae.es/drae/>).

Segmentación de mercado.- Dentro de la segmentación de mercado, se analiza específicamente al viajero visitante desde que busca la información, se motiva y adquiere el paquete turístico, en un proceso que comprende: el estudio: que consiste en realizar encuestas y entrevistas para determinar las necesidades, motivaciones, entre otros; luego el análisis es decir la tabulación e interpretación de datos recolectados; y finalmente los perfiles que nos indica las características de los grupos meta es decir clientes potenciales. (Galarza, 2010, p. 16).

Sibambis.- Tribu que se radicó en la época preincaica y precolombina, en el

²⁰ Borja, L. *et. al.* 2002. *El Consumidor Turístico*. Madrid. Esic Editorial. P. 42.

territorio que hoy conforman el cantón Alausí a lo largo de la Ruta Férrea Nariz del Diablo Provincia de Chimborazo; estos tenían costumbres, ritos y creencias comunes, y extendieron sus dominios hasta relacionarse con los Chimbos, y sectores vecinos que hoy pertenecen a Guamote. (Villavicencio. P. 267).

Superestructura turística.- Es el cuarto elemento del turismo que está conformado por aquellos organismos públicos y privados que de manera directa o indirecta coordinan todo lo necesario para que el turismo se de con éxito, su función principal es de propiciar por todos los medios a su alcance, el óptimo funcionamiento de los tres primeros elementos del patrimonio turístico: atractivos, infraestructura planta de servicios, que es su conjunto forman el producto turístico de un lugar. (Quezada, 2010, p. 206).

Turismo: El turismo es una actividad económica conformada por una serie de bienes y servicios que deben estar interrelacionados (transporte, hospedaje, alimentación, visitas), y que solo es posible producirlas en determinadas zonas geográficas que cuentan con aptitud turística denominados atractivos turísticos a los cuales se traslada el turista o consumidor. (Boullon, 2005. P. 57).

Turismo Comunitario: La idea del turismo comunitario es que el turista pueda experimentar como se vive dentro de una comunidad indígena o afroecuatoriana. Que esté en contacto directo con los miembros de las comunidades, que los acompañe en sus actividades diarias o que aprenda costumbres de ellos. (www.fundecol.org).

Turismo Consciente.- El turismo consciente es una experiencia de vida transformadora que genera un crecimiento personal que nos convierte en mejores

seres humanos. Este nuevo concepto se sustenta en los principios de sostenibilidad y ética y promueve los valores de la paz, la amistad, el respeto y el amor a la vida como la esencia de la práctica turística. Constituye un pacto de convivencia, responsabilidad, respeto mutuo y comunión entre los agentes turísticos de las comunidades emisoras y receptoras, el turista y el patrimonio natural y cultural. (<http://www.turismo.gob.ec/>).

Turismo Cultural.- El Turismo Cultural se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico. (<http://www.sectur.gob.mx/>).

Turismo Estudiantil.- Tipo de turismo constituido por estudiantes que viajan para asistir a cursos de verano, giras académicas, y otros semejantes sin fijar residencia en el lugar.²¹

Turismo Familiar.- Forma de turismo basada en características cuantitativas y que se refiere a los viajes de una familia íntegra. (Gutiérrez, E. 2004)

Turismo Ético.- El turismo ético, uno de los medios más eficaces para promover la comprensión, la educación recíproca, el intercambio económico y la protección del ambiente, tiene un papel central que desempeñar en estos esfuerzos.²²

²¹ Gutiérrez, E. 2004. *Diagnóstico de las Necesidades de Capacitación de los Barman de los Hoteles de Cinco Estrellas de Toluca y Metepec*. Trabajo de Titulación. Universidad Autónoma de México. México. En:

<http://books.google.com.ec/books?id=3w7y36H1Xs8C&pg=PT20&dq=turismo+estudiantil&hl=es&a=X&ei=PzfyUJmfAa670QHOUoGIBA&ved=0CDgQ6AEwAg>. Fecha de Consulta: 12 Enero 2013.

Turismo Gastronómico.- Es aquel en que los productores ofrecen su propia producción en los servicios de gastronomía para ser ofertados al turista, de la misma forma comprende las rutas alimentarias.²³

Turismo Natural._ Se denomina Turismo natural al conjunto de actividades turísticas realizado en espacios naturales. Este tipo de turismo, con respecto a otras modalidades de actividad turística en contacto con la naturaleza, es que este espacio natural constituye en si mismo al atractivo turístico, independientemente de factores externos, como distancia a los núcleos urbanos o a la condiciones de accesibilidad. (Barrera, 2003. P. 17).

Turismo Responsable.- El turismo responsable tiene su marco en los siguientes criterios: Responsable en el uso y el manejo de atractivos y de los recursos de un país, región, comarca y con la comunidad. Respetuoso de las formas de vida de cada comunidad y de sus formas de producción y organización. Honesto al presentar el producto siempre en su mayor autenticidad. Educativo, ya que propicia información, transparente y permanente. Interactivo, por la experiencia viva en el contacto con culturas y ambientes. Democrático, ya que los beneficios se distribuyen en todos los niveles de prestaciones. (<http://www.gigaturismo.com>)

²² Barrera, E. Muñoz. 2009. *Manual para micro, pequeños y medianos empresarios rurales*. Buenos Aires. Editorial. VCR Impresiones. P. 16

²³ Florencia, Mariana. 2010. *Turismo Rural en la Argentina. Concepto, situación y Perspectivas*. Buenos Aires. Ediciones IICA. P. 17.

Turismo Rural.- El Turismo rural es el conjunto de actividades en pueblos o parroquias rurales que se abren a la actividad del turismo como una fuente mas de ingresos, suele ser un turismo eminentemente familiar, dirigido a la práctica de actividades en contacto con la naturaleza y su cultura, a pesar de que muchas veces carezcan de atractivos turísticos de relevancia. (Barrera, 2003. P. 18).

Turismo Sostenible: Aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje. (<http://www.turismo-sostenible.org/>).

Tradición.- Transmisión hecha de generación en generación de hechos históricos, doctrinas, leyes, costumbres, entre otros. Costumbre o norma transmitidas de esta manera. Hábito establecido²⁴

Viajero Visitante: Personas u organizaciones que están motivados por desplazarse a lugares no habituales con fines de ocio, negocios, esparcimiento, entre otros. (Galarza, 2010, p. 5).

²⁴ *Popol-Vuh. Diccionario Enciclopédico Larousse. Volumen Octavo. 2000. Barcelona. Editorial Planeta. P. 2351.*

Zona Turística.- Territorio donde se oferta diversos productos turísticos, en diferentes destinos. La zona turística debe abarcar por lo menos 10 atractivos que se encuentren relativamente próximos sin importar su tipo y categoría. (<http://www.slideshare.net/>).

CAPÍTULO III

3.0 CONDICIONES TURISTICAS SOSTENIBLES DE LA PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE A LO LARGO DE LA RUTA FÉRREA NARIZ DEL DIABLO

Se procede al levantamiento de información de La Parroquia Rural de Sibambe y sus alrededores a lo largo de la ruta férrea Nariz del Diablo para determinar sus condiciones turísticas sostenibles en base a las siguientes fichas de observación:

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO ING. EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS	
FICHA DE OBSERVACIÓN. FUENTE: GALARZA, CARLOS. 2011. MÓDULO DE PRESUPUESTOS DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS. UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR. ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO. SEXTO NIVEL. MÓDULO NO PUBLICADO. P. 17. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012	
OBSERVADOR: CARLOS DAVID YÉPEZ	REGISTRO N°: 001 FECHA: 27/07/2012
TESIS: PROYECTO TURISTICO SOSTENIBLE PARA LA REVALORIZACIÓN CULTURAL DE LA PARROQUIA SIBAMBE A LO LARGO DE LA RUTA FÉRREA "NARIZ DEL DIABLO", PROVINCIA DE CHIMBORAZO	
1. ASPECTO DE OBSERVACIÓN: CONDICIONES TURÍSTICAS SOSTENIBLES	
2. DATOS INFORMATIVOS:	
NOMBRE DEL SITIO A OBSERVAR: CIUDAD DE ALAUSÍ (ASPECTOS GENERALES)	
PROVINCIA (AS): CHIMBORAZO	FECHA DE CREACIÓN: 25/06/1824 SUPERFICIE: 169.594 KM ²
RESPONSABLE: SR. CLEMENTE TADAY (ALCALDE)	ACUERDO:
3. OBJETIVO: Verificar el grado de vinculación turística que tienen las poblaciones a lo largo de la ruta férrea nariz del diablo así como también el manejo de un turismo sostenible por parte de sus pobladores	

4. CONDICIONES TURISTICAS SOSTENIBLES

ASPECTO AMBIENTAL	ASPECTO ECONÓMICO	ASPECTO SOCIOCULTURAL
<ul style="list-style-type: none"> • Calles, avenidas, parques y plazas son muy limpios. • Mínima cantidad de contaminación por vehículos ya que la ciudad de Alausí como tal tiene poco parque automotriz. • Mínima contaminación lumínica y de ruido, ya que solo de ilumina de forma necesaria los atractivos turísticos de relevancia como por ejemplo la estatua de San Pedro, y de igual forma no hay gran cantidad de vehículos grandes solo en la parte del terminal más no en sus alrededores por ello el ruido producido por los motores grandes en mínimo. • Se observa un manejo aceptable de basura y desperdicios, ya que en sus calles y avenidas existen grandes botes para receptor basura en donde esta se puede depositar de acuerdo a su clasificación como basura orgánica, plásticos, papel, vidrio entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> • La mayor parte de la población se dedica a la agricultura y la ganadería y al comercio de sus propios productos de dichas actividades. • Existe buen nivel de comercio de productos de primera necesidad como alimentos y vestuario, por medio de mercado de víveres, restaurantes, y tiendas de ropa; al igual que productos artesanales como cuadros, pinturas, shigras, piedras preciosas. También se ha incrementado el comercio bancario existen bancos con cajeros automáticos de los principales bancos a nivel nacional como banco pichincha y banco de Guayaquil; al igual que almacenes de electrodomésticos reconocidos como almacenes la ganga. Todo esto en las cercanías de la estación rehabilitada del tren de Alausí hacia la ruta nariz del diablo. • Se ha incrementado la industria hotelera y turística ya que en comparación con 2 años anteriores, se observa más cantidad de lugares para alojarse y restaurantes que cuentan con todos los servicios básicos incluido internet y televisión pagada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sus casas coloniales se encuentran en muy mal estado, algunas lucen abandonadas y otras están rehabilitándose pero sin conservar su estructura clásica como bien patrimonial nacional. • Se observa que la gente de Alausí se siente plenamente identificada con el ferrocarril como símbolo patrimonial de su ciudad, al igual que otro símbolo de su ciudad como es la estatua el apóstol Pedro, ya que en todos los establecimientos hay algún afiche o cuadro de estos símbolos. • Sus tradiciones y cultura están aún arraigadas por sus pobladores, como por ejemplo la gran fiesta de San Pedro de Alausí que se celebra cada 25 de junio de todos los años, en donde tradiciones como las pelias de gallo, los toros en las principales avenidas y calles de la ciudad al estilo pamplona, y el desfile de la alegría; son tradiciones mestizas que están en el corazón de cada habitante de la ciudad de Alausí. • Se observa que Alausí es una ciudad segura, tranquila, y pacífica ya que se puede andar a altas horas de la noche por doquier sin mayor peligro. Además tiene todos los servicios de emergencia como policía, bomberos y centros de salud.

OBSERVACIONES: La población de Alausí demanda urgente la rehabilitación y conservación de su patrimonio cultural, como sus casas coloniales y edificaciones, ya que la ciudad es considerada patrimonio cultural del Ecuador.



Conclusiones de la ficha de observación # 001

- La población de Alausí se encuentra directamente involucrada en las actividades turísticas que genera la rehabilitación del tren en el tramo Nariz del diablo, por ello se observó que los negocios de restaurantes, hoteles, hosterías, negocios de artesanías, almacenes de ropa y electrodomésticos aumentaron en comparación con 2 años anteriores, esto debido obviamente por la afluencia de turistas nacionales y extranjeros que viajan en el tren hacia la estación de Sibambe y demandan de estos servicios.
- Se observó que las calles y plazas de Alausí se muestran limpias y seguras, con menor presencia de contaminación vehicular por ruido y esmog, y en las noches una escasa contaminación lumínica; principalmente no se observó presencia de basura ni escombros en las laderas o en las esquinas de las casas, lo que implica que la ciudad posee un buen manejo de desechos ya que en sus avenidas y calles se observan grandes recipientes para depositar basura de acuerdo a su clasificación como plásticos, vidrios, entre otros; de igual forma la frecuencia de recolección de basura son solo en las noches los fines de semana, pero sobre todo su gente tiene una cultura de aseo ambiental en su comunidad.
- Se observó que la ciudad de Alausí cuenta con todos los servicios básicos como son energía eléctrica, agua potable, transporte y con servicios de

internet y televisión pagada; además también posee servicios de emergencia como bomberos, policía, y centros hospitalarios.

- Su patrimonio cultural está seriamente afectado, porque se observó casas y construcciones coloniales en muy mal estado, algunas lucen abandonadas, y las pocas que se están rehabilitando se las está haciendo sin conservar su estructura original.

Recomendaciones de la ficha de observación # 001

- Si bien ha aumentado la actividad económica de Alausí producto de la rehabilitación del tren, se recomienda seguir incentivando a la población a emprender negocios en cuanto a servicios de alimentación y bebidas, alojamiento, operación turísticas y lugares de distracción y esparcimiento como bares y discotecas con los debidos permisos del caso, que aporten al desarrollo turístico de la zona, brindando un servicio de calidad a los turistas.
- A pesar de que la ciudad se observa limpia en sus calles y plazas, se recomienda que el Municipio desarrolle un plan de rescate para perros callejeros ya que siendo una población relativamente pequeña, se observó que abundan en la zona.
- El Municipio de Alausí en conjunto con el Ministerio de Patrimonio Cultural, deben realizar de forma urgente un plan de salvamento arquitectónico para las edificaciones antiguas que se encuentran abandonadas y corren el riesgo de desplomarse, esta restauración debe ser conservando la estructura clásica original para conservar el patrimonio cultural del Ecuador; como por ejemplo el caso del Centro Histórico de Quito, o del Centro Histórico de Cuenca, que tienen similares construcciones clásicas y

que se han restaurado conservando su estructura original, convirtiendo dichos lugares en museos o galerías de arte.

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR		
ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO		
ING. EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS		
FICHA DE OBSERVACIÓN. FUENTE: GALARZA, CARLOS. 2011. <i>MÓDULO DE PRESUPUESTOS DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS</i> . UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR. ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO. SEXTO NIVEL. MÓDULO NO PUBLICADO. P. 17. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012		
OBSERVADOR: CARLOS DAVID YÉPEZ	REGISTRO Nº: 002	
	FECHA: 27/07/2012	
TESIS: PROYECTO TURISTICO SOSTENIBLE PARA LA REVALORIZACIÓN CULTURAL DE LA PARROQUIA SIBAMBE A LO LARGO DE LA RUTA FÉRREA "NARIZ DEL DIABLO", PROVINCIA DE CHIMBORAZO		
1. ASPECTO DE OBSERVACIÓN: CONDICIONES TURÍSTICAS SOSTENIBLES		
2. DATOS INFORMATIVOS:		
NOMBRE DEL SITIO A OBSERVAR: PLANTA TURÍSTICA DE ALAUSÍ		
PROVINCIA (AS): CHIMBORAZO	FECHA DE CREACIÓN: 25/06/1824	
	SUPERFICIE: 169.594 KM ²	
RESPONSABLE: SR. CLEMENTE TADAY (ALCALDE)	ACUERDO:	
3. OBJETIVO: Verificar el grado de vinculación turística que tienen las comunidades a lo largo de la ruta férrea nariz del diablo así como también el manejo de un turismo sostenible por parte de sus pobladores.		
4. CONDICIONES TURISTICAS SOSTENIBLES		
ASPECTO AMBIENTAL	ASPECTO ECONÓMICO	ASPECTO SOCIOCULTURAL
<ul style="list-style-type: none"> Manejo aceptable de basura y desperdicios por parte de restaurantes, hoteles, ya que no se observa acumulación de desperdicios en las afueras o inmediaciones de su locales. Establecimientos de alimentación como restaurantes, cafeterías y bares muy limpios y presentados. Los automóviles de transporte no despiden gran cantidad de smog como en las grandes ciudades. 	<ul style="list-style-type: none"> Incremento en su mayoría de servicios de estadía o servicios conexos como hoteles, restaurantes, en menor cantidad existen servicios de intermediación como 3 operadores turísticos. También existe incremento y apertura de lugares de diversión nocturna como bares y karaokes. En sus alrededores existe una variedad de ofertas en servicios de distracción como complejos deportivos. En cuanto a servicios 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de un centro de interpretación y rescate cultural como servicio conexo que permita conocer de una manera lúdica y entretenida las manifestaciones culturales de Alausí. Al haber utilizado los servicios de alimentación y hospedaje se pudo observar una escasa cultura de servicio en servicio al cliente en algunos sus propietarios y empleados de ciertos lugares de alimentación y estadía, porque la atención recibida no fue la más idónea, ya que en primera instancia no se atendió con una buena cordialidad, al entrar y salir del establecimiento, ni despejar las

<ul style="list-style-type: none"> En general su planta turística como hoteles, restaurantes, transporte, salud, educación, entre otros muestran un buen manejo de prácticas ambientales, ya que los propietarios de estos manifiestan que el municipio para renovar la licencia anual de funcionamiento tienen que haber sido amigables con el ambiente. 	<p>conexos como, industria, y salud aún es incipiente porque la mayor parte es agricultora y ganadera.</p>	<p>dudas que se preguntó sobre el servicio ofrecido, y no solucionar a tiempo alguna inconformidad del cliente como por ejemplo cambio de toallas por unas que estén limpias al igual que la demora en servir un determinado plato a comer.</p>
<p>OBSERVACIONES: Los pobladores involucrados directamente en restaurantes y alojamiento requieren de urgencia una capacitación de cultura de servicio para llegar a una calidad de servicio turístico.</p>		

Conclusiones de la ficha de observación # 002

- Se observó que la planta turística de la población de Alausí cuenta con una buena infraestructura en cuanto a vías de acceso, por ejemplo para llegar a hosterías o complejos turísticos que en su mayoría se encuentran en los periféricos de la ciudad, se observa buenas vías de acceso para llegar a dichos establecimientos.
- Se observó que los restaurantes, hoteles, hostales, pensiones, poseen un buen manejo de prácticas ambientales, ya por disposición estricta del Municipio de Alausí que evalúa dichas prácticas en su ciudad, los establecimientos deben mantener el buen manejo de desechos por medio del reciclaje, para así renovar la licencia anual de funcionamiento.

- Se percibió que la mayor parte de personas a cargo de la atención al público en establecimientos como restaurantes y hoteles no están mayormente capacitadas en atención al cliente, puesto que eso se percibió por las razones explicadas en la ficha al momento de utilizar sus servicios.
- Si bien se cuenta con variedad de lugares de alojamiento, alimentación y transporte, se observó que cuentan con escasos lugares de distracción y esparcimiento como centros culturales, bares, discotecas, centros deportivos entre otros sitios de esparcimiento como parte de su planta turística.

Recomendaciones de la ficha de observación # 002

- Sus casas clásicas están deterioradas en sus estructuras y algunas de ellas sirven como lugares de alojamiento, lo cual demanda una breve intervención de las autoridades competentes para su restauración, conservando su edificación original.
- Para las personas que están a cargo de los negocios de alojamiento, alimentación y transporte se recomienda que a través de las autoridades turísticas realicen talleres de cultura de servicio al cliente para así mejorar la imagen de su negocio y por ende la calidad turística.
- También se necesita incrementar los servicios anexos de la planta turística como lugares de distracción y esparcimiento: bares, discotecas, complejos deportivos, piscinas, entre otros con los debidos controles del caso para conseguir satisfacer estas necesidades del turista que llegue a Alausí y así este no tenga que ir a otros sitios.

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO ING. EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS		
FICHA DE OBSERVACIÓN. FUENTE: GALARZA, CARLOS. 2011. <i>MÓDULO DE PRESUPUESTOS DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS</i> . UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR. ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO. SEXTO NIVEL. MÓDULO NO PUBLICADO. P. 17. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012		
OBSERVADOR: CARLOS DAVID YÉPEZ	REGISTRO Nº: 003	
	FECHA: 27/07/2012	
TESIS: PROYECTO TURISTICO SOSTENIBLE PARA LA REVALORIZACIÓN CULTURAL DE LA PARROQUIA SIBAMBE A LO LARGO DE LA RUTA FÉRREA "NARIZ DEL DIABLO", PROVINCIA DE CHIMBORAZO		
1. ASPECTO DE OBSERVACIÓN: CONDICIONES TURÍSTICAS SOSTENIBLES		
2. DATOS INFORMATIVOS:		
NOMBRE DEL SITIO A OBSERVAR: ESTACIÓN DEL TREN EN ALAUSÍ		
PROVINCIA (AS): CHIMBORAZO	FECHA DE CREACIÓN: 08/09/1902	
	SUPERFICIE:	
RESPONSABLE: FERROCARRILES DEL ECUADOR EMPRESA PÚBLICA (FEPP)	ACUERDO:	
3. OBJETIVO: Verificar el grado de vinculación turística que tienen las comunidades a lo largo de la ruta férrea nariz del diablo así como también el manejo de un turismo sostenible por parte de sus pobladores.		
4. CONDICIONES TURISTICAS SOSTENIBLES		
ASPECTO AMBIENTAL	ASPECTO ECONÓMICO	ASPECTO SOCIO-CULTURAL
<ul style="list-style-type: none"> Excelente manejo de prácticas ambientales dentro y fuera de la estación del tren, ya que cuentan con botes recicladores de basura; así como también en el interior de sus locomotoras. Los trenes al igual que los autoferros que operan en la ruta son ecológicos ya que no despiden grandes cantidades de 	<ul style="list-style-type: none"> Fuentes de trabajo con personal nativo de Alausí, en las áreas de servicios tales como restaurantes, lugares de alojamiento centros artesanales; de la misma forma en áreas operativas como guías en el viaje en tren y en el museo Cóndor Puñuna; y áreas administrativas, como el área de atención al cliente en la estación del tren de Alausí. Oportunidad de emprendimientos de negocios y servicios al turista como cafeterías, restaurantes, bares, operadores turísticos, alojamiento, entre otros, para 	<ul style="list-style-type: none"> Se observa que se mantienen conservados los vagones y locomotoras clásicas que recorrieron el ferrocarril desde sus inicios como símbolo patrimonial a la vista de todos. La estación del tren de Alausí esta considerada como parte del patrimonio cultural turístico del Ecuador, ya que se observa en una de sus placas ubicadas en el interior de su estación, así como también la certificación ISO 9001-2008. Las artesanías turísticas que se venden y se exponen en

<p>smog porque funcionan a base de electro- diesel.</p>	<p>satisfacer a los turistas que llegan y se hospedan cerca de la estación del tren.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La estación del tren de Alausí apoya económicamente a través de puestos fijos a los pobladores involucrados en la elaboración de artesanías que se comercializan sus productos en el interior de sus instalaciones. 	<p>el interior de la estación del tren de Alausí, no solo de identifican con la ruta férrea nariz del diablo, sino que también de identifican con sus tradiciones, leyendas, entre otras manifestaciones culturales, pragmadas en sus artesanías como cuadros, pinturas, fotografías, entre otros.</p>
<p>OBSERVACIONES: Implementar una videoteca y juegos lúdicos de la historia del tren en plena estación del ferrocarril de Alausí.</p>		

Conclusión de la ficha de observación # 003

- La estación del tren de Alausí al igual que toda su ciudad, mantiene buen manejo de prácticas ambientales con botes recicladores de basura en el interior de la estación, sus baños, sus inmediaciones y en el interior de sus locomotoras; que tienen un funcionamiento en base al sistema de electro-diesel que despiden una mínima cantidad de esmog, siendo amigables con el ambiente.

- Con la rehabilitación de la estación del tren en Alausí, su población se ha visto mayormente beneficiada económicamente por la actividad turística que ahí se da diariamente por la llegada masiva de viajeros visitantes, porque les ha permitido encontrar fuentes de empleo, emprendimiento de negocios propios que mejora la calidad de vida de sus habitantes.
- La estación del tren de Alausí actualmente es uno de los patrimonios históricos de más relevancia del país ya que es conocida a nivel internacional porque de ahí se inicia el recorrido hacia el tren más difícil del mundo es decir la Nariz del Diablo.
- Los habitantes que trabajan directamente en la estación del tren de Alausí dan servicios con calidad tanto en educación ambiental, cultural y servicio al cliente, dando así un buen manejo de turismo sostenible para la zona, por ello en la actualidad dicha estación recibió la certificación ISO 9001 - 2008, que se pudo observar en una de sus placas exhibidas en su interior.

Recomendación de la ficha de observación # 003

- Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP), debería implementar mayor número de unidades hacia la Nariz del Diablo, para así ampliar los horarios de frecuencias de Salida, ya que actualmente solo salen en tres horarios: 08:00am, 11:00am y 15.00pm, ocasionado muchas veces principalmente en feriados que no se consiga un boleto para viajar y que para obtenerlo se tiene que reservar con un mes de anticipación; de esta manera se lograría satisfacer la demanda de turistas nacionales y extranjeros para evitar problemas de reservas en la estación del tren de Alausí, esto constaría una gran inversión para el país pero de igual forma

la recuperación sería casi inmediata, por ello desde el mes de junio 2013 empezará a funcionar el tren crucero en dicha ruta.

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO ING. EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS		
FICHA DE OBSERVACIÓN. FUENTE: GALARZA, CARLOS. 2011. <i>MÓDULO DE PRESUPUESTOS DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS</i> . UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR. ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO. SEXTO NIVEL. MÓDULO NO PUBLICADO. P. 17. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012		
OBSERVADOR: CARLOS DAVID YÉPEZ		REGISTRO Nº: 004 FECHA: 27/07/2012
TESIS: PROYECTO TURISTICO SOSTENIBLE PARA LA REVALORIZACIÓN CULTURAL DE LA PARROQUIA SIBAMBE A LO LARGO DE LA RUTA FÉRREA "NARIZ DEL DIABLO", PROVINCIA DE CHIMBORAZO		
1. ASPECTO DE OBSERVACIÓN: CONDICIONES TURÍSTICAS SOSTENIBLES		
2. DATOS INFORMATIVOS:		
NOMBRE DEL SITIO A OBSERVAR: VIAJE EN LA RUTA NARIZ DEL DIABLO		
PROVINCIA (AS): CHIMBORAZO	FECHA DE CREACIÓN: 08/09/1902	
	DISTANCIA: 13.5. KM / ALAUSÍ- SIBAMBE- ALAUSÍ	
RESPONSABLE: FERROCARRILES DEL ECUADOR EMPRESA PÚBLICA (FEPE)	ACUERDO:	
3. OBJETIVO: Verificar el grado de vinculación turística que tienen las comunidades a lo largo de la ruta férrea nariz del diablo así como también el manejo de un turismo sostenible por parte de sus pobladores.		
4. CONDICIONES TURISTICAS SOSTENIBLES		
ASPECTO AMBIENTAL	ASPECTO ECONÓMICO	ASPECTO SOCIO-CULTURAL
<ul style="list-style-type: none"> A lo largo del viaje en tren hacia la nariz del diablo, se observa un buen conocimiento y manejo de buenas prácticas ambientales por parte del personal del tren: guía, maquinista y conductor. El entorno ambiental de la ruta férrea nariz del diablo se observa erosionado y desértico producto de las múltiples explosiones con dinamita que se realizaron al construir la línea del tren dando como resultado la alteración natural del paisaje. 	<ul style="list-style-type: none"> Se observa en un fin de semana gran afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros realizando su espera para viajar en tren hacia la nariz del diablo en sus 3 horarios establecidos: 08:00 am, 11: am y 03:00 pm, generando lógicamente ingresos económicos considerables para el sector turístico local y nacional. Se observa como producto de la rehabilitación de la ruta férrea nariz del diablo, la población de Alausí y comunidades aledañas como Tolve y Nizag, obtienen ingresos económicos adicionales o como sustento 	<ul style="list-style-type: none"> Se observa en la estación del tren de llegada de la ruta nariz del diablo placas de reconocimiento internacional como por ejemplo de National Geography que reconoce que el viaje en tren hacia la nariz del diablo, esta considerada internacionalmente como el tren más difícil del mundo por labores magnificas de ingeniería que se realizó para su construcción hace un siglo. Esto sin duda pone en alto el patrimonio cultural del Ecuador. Se observa que la población rural de Sibambe como tal a través de sus manifestaciones

<ul style="list-style-type: none"> El río Alausí que recorre toda la ruta nariz del diablo esta mayormente seco con sedimentos de piedra, es un río muerto. Según la guía Isabel Caizaguano, que estuvo a cargo de la guianza en el viaje en tren a las 15:00 del día 27/07/2012 indicó que la montaña nariz del diablo antiguamente se conocía como la montaña Cóndor Puñuna que significa nido de cóndor, ahí habitaban cóndores en estado libre, en la actualidad ya no habitan cóndores en el lugar producto de la construcción de la ruta férrea nariz del diablo en donde se dinamito la montaña y las aves emblemáticas tuvieron que emigrar. 	<p>de sus familias, ya que se encuentran directamente involucrados en las diferentes actividades y servicios que se ofrece en la ruta como la guianza nativa, lugares de alojamiento y alimentación, puestos de artesanías, servicio de cabalgatas, entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> Si bien las comunidades mencionadas se han beneficiado directamente de la rehabilitación de la ruta nariz del diablo, se observa que la parroquia rural de Sibambe como tal aún tiene poca participación en dicha ruta, por ejemplo no hay guías nativos y tampoco puestos artesanales que provengan de su población. 	<p>culturales, aún no son reconocidas, ya que si bien están involucrados en la parte de servicios como ofrecer cabalgatas en la estación del tren de Sibambe o estar a cargo del hotel refugio del tren en la misma estación, su parte cultural por medio de artesanías, sus fiestas, entre otros, aún son desconocidos por la mayor parte de los turistas que disfrutan del viaje hacia la nariz del diablo.</p> <ul style="list-style-type: none"> En todo el recorrido de la ruta en tren por la nariz del diablo, se observan postes con líneas alámbricas radiales de lo que fue la existencia de la red del telégrafo en Ecuador, conservándolo con sus instalaciones originales como otro símbolo cultural patrimonial.
<p>OBSERVACIONES: La población rural de Sibambe como tal recién se encuentra involucrada en las actividades turísticas de la ruta nariz del diablo a través de servicios de cabalgatas y un lugar de alojamiento llamado refugio del tren en la estación de Sibambe, sin embargo su trayectoria cultural aún es desconocida para muchos, por ende se demanda urgente promocionar a su parroquia para empezar a revalorizar sus múltiples manifestaciones culturales que ahí existen como por ejemplo sus fiestas, leyendas, juegos tradicionales entre otros.</p>		

Conclusiones de la ficha de observación # 004

- La montaña Nariz del Diablo, originalmente se llamaba Cóndor Puñuna que significa el nido del Cóndor, la cual penosamente se ha visto seriamente alterada en su paisaje natural producto de la construcción de la vía férrea Nariz del diablo, con cambios ambientales irreversibles ya que los cóndores que ahí habitaban huyeron por la alteración de su hábitat, dando

como resultado la ganancia de un atractivo cultural pero con la pérdida de un atractivo natural.

- En el viaje a través de la Ruta Férrea Nariz del Diablo se destacan los buenos conocimientos por parte de los guías nativos en cuanto a la historia del ferrocarril, idiomas y de las tradiciones de las comunidades involucradas directamente en la ruta, lo que indica que están muy capacitados para desempeñar su trabajo.
- Se destaca como punto importante del viaje en tren hacia La Nariz del Diablo, que los viajeros visitantes sean partícipes directos no simples observadores de las diferentes manifestaciones culturales de las comunidades involucradas, como por ejemplo comparten bailando sus bailes tradicionales, comprando sus artesanías turísticas, dando así un aporte socioeconómico y cultural a los pueblos indígenas de Nixan, Tolte.

Recomendaciones la ficha de observación # 004

- Si bien se ha ganado un gran atractivo cultural con la Ruta Férrea Nariz del diablo, con respecto a la alteración ambiental que se ha producido por su construcción y rehabilitación, se tendría que realizar un programa de conservación natural por parte del Ministerio del Ambiente, como por ejemplo crear un centro de interpretación natural en donde se rescate de las pocas especies que aún perduran a lo largo de dicha ruta.
- Las comunidades de Nizag y Tolte deberían realizar un programa conjuntamente con Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública, para mayor difusión de la cultura y prácticas ancestrales, ya que al llegar a la estación

de Sibambe algunos comuneros solo realizan bailes y muchas veces con música no tradicional a su pueblo.

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR		
ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO		
ING. EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS		
FICHA DE OBSERVACIÓN. FUENTE: GALARZA, CARLOS. 2011. <i>MÓDULO DE PRESUPUESTOS DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS</i>. UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR. ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO. SEXTO NIVEL. MÓDULO NO PUBLICADO. P. 17. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012		
OBSERVADOR: CARLOS DAVID YÉPEZ	REGISTRO Nº: 005	
	FECHA: 27/07/2012	
TESIS: PROYECTO TURISTICO SOSTENIBLE PARA LA REVALORIZACIÓN CULTURAL DE LA PARROQUIA SIBAMBE A LO LARGO DE LA RUTA FÉRREA "NARIZ DEL DIABLO", PROVINCIA DE CHIMBORAZO.		
1. ASPECTO DE OBSERVACIÓN: CONDICIONES TURÍSTICAS SOSTENIBLES		
2. DATOS INFORMATIVOS:		
NOMBRE DEL SITIO A OBSERVAR: ESTACIÓN DEL TREN DE SIBAMBE		
PROVINCIA (AS): CHIMBORAZO	FECHA DE CREACIÓN: 08/09/1902	
	DISTANCIA: 13.5. KM / ALAUSI- SIBAMBE- ALAUSI	
RESPONSABLE: FERROCARRILES DEL ECUADOR EMPRESA PÚBLICA (FEEP)	ACUERDO:	
3. OBJETIVO: Verificar el grado de vinculación turística que tienen las comunidades a lo largo de la ruta férrea nariz del diablo así como también el manejo de un turismo sostenible por parte de sus pobladores.		
4. CONDICIONES TURISTICAS SOSTENIBLES		
ASPECTO AMBIENTAL	ASPECTO ECONÓMICO	ASPECTO SOCIO-CULTURAL
<ul style="list-style-type: none"> Al igual que todo el trayecto de la ruta férrea nariz del diablo, se observa buen conocimiento de buenas prácticas ambientales por parte del personal de la estación del tren de Sibambe tanto en su 	<ul style="list-style-type: none"> Las comunidades de Nizag y Tolte han encontrado una fuente de ingresos económicos adicionales como vender sus artesanías turísticas, ofrecer servicios de alimentación y alojamiento, y guianza nativa, al involucrarse directamente en las 	<ul style="list-style-type: none"> Por medio del museo y centro de interpretación cultural Cónдор Puñuna que esta a cargo de la comunidad de Tolte, al realizar el turista un compartimiento cultural de sus artesanías y danza indígena, se esta logrando que una parte de sus manifestaciones culturales sea revalorizada por medio de

<p>cafetería llamada café del tren como en el centro de interpretación Cóndor Puñuna, ya que toda la estación cuentan con botes recicladores de basura, así como también de buena señalética para el turista.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El entorno ambiental de la estación de Sibambe a pesar de las consecuencias ambientales que causó su construcción se observa vegetación en sus alrededores y buen manejo de desechos, ya aún se percibe un aire puro y no se observa escombros en sus laderas, ni alrededores. • Se observa desde la estación del tren de Sibambe que el río Alausí río abajo más adelante se une con el río chanchan que en épocas de invierno es muy caudaloso y puede causar daños ambientales y a la línea férrea por lo que se han construido muros de contención. 	<p>actividades turísticas de la estación del tren de Sibambe.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Algunos pobladores de la parroquia rural de Sibambe en la actualidad también obtiene ingresos económicos adicionales por medio del hotel refugio del tren y el alquiler de caballos para realizar cabalgatas. 	<p>las actividades turísticas ahí realizadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las comunidades involucradas se encuentran plenamente capacitadas para realizar su trabajo turístico sea como guía nativo o atender al cliente en sus negocios de alimentación y otros complementarios. • A pesar de que la parroquia rural de Sibambe se encuentra recientemente involucrada en la estación que lleva su nombre por medio de los servicios de alojamiento y cabalgatas, aún no existe un programa que ofrezca al turista actividades culturales propias de su parroquia como por ejemplo una galería fotográfica de sus fiestas o que el turista participe en sus juegos tradicionales, entre otros que aportarían de alguna manera a su revalorización cultural.
<p>OBSERVACIONES: Dotar de mayores actividades complementarias al turista como juegos tradicionales, caminatas desde la estación de Sibambe hacia la parroquia del mismo nombre entre otras para satisfacer aún más las necesidades de distracción del turista que visita dicha estación</p>		

Conclusiones de la ficha de observación # 005

- La estación del tren de Sibambe cuenta con personal nativo capacitado en conocimientos históricos, culturales, idiomas tanto en inglés como en quichua y sobre todo en servicio al cliente.
- La estación del tren de Sibambe al igual de la de Alausí actualmente es uno de los patrimonios históricos de relevancia del país ya que es conocida a nivel internacional porque ahí se completa el descenso en zigzag que realizan las locomotoras en La Nariz del Diablo.
- Las personas de las comunidades involucradas que trabajan directamente en la estación del tren de Sibambe, sus servicios ofrecidos son buenos tanto en educación ambiental, cultural y atención al cliente, dando así un buen manejo de turismo sustentable para la zona, por ello en la actualidad también en dicha estación se observó la placa de certificación ISO 9001 - 2008.
- La estación del tren Sibambe luego de su reinauguración en febrero del 2011, muestra un gran avance en su planta turística como alimentación, transporte, distracción y últimamente alojamiento a cargo de las principales comunidades que se encuentran ubicadas a lo largo de La Ruta Férrea Nariz del Diablo como son Tolte, Nizag y Sibambe; lo que muestra que se está aplicando un turismo sostenible al involucrarlos directamente para que tengan un ingreso económico adicional con actividades amigables con el ambiente y que sus manifestaciones culturales sean conocidas y revaloradas por los turistas al realizar un compartimiento cultural.

Recomendaciones de la ficha de observación # 005

- Al estar involucradas 3 comunidades Nizag, Tolte y Sibambe en las actividades y servicios turísticos que ofrece la estación de Sibambe, se tendría que incrementar paulatinamente la planta de servicios como más lugares de alojamiento, alimentación y distracción, para satisfacer la demanda turística de la zona con las mismas comunidades o con otras aledañas como por ejemplo la comunidad de Tixan o con más caseríos de la Parroquia Rural de Sibambe como Pagma o Pepinales.
- Implementar por ejemplo un centro cultural y artesanal, o un operador turístico que ofrezca nuevas e innovadoras actividades en la estación del tren de Sibambe como por ejemplo un turismo gastronómico con productos propios de las comunidades involucradas.
- Se recomienda implementar en la estación del tren de Sibambe un lugar que ofrezca primeros auxilios como prevención para cualquier imprevisto en la salud de los viajeros visitantes.

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO NOVENO SEMESTRE DE ING. EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS	
FICHA DE OBSERVACIÓN. FUENTE: GALARZA, CARLOS. 2011. <i>MÓDULO DE PRESUPUESTOS DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS</i>. UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR. ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO. SEXTO NIVEL. MÓDULO NO PUBLICADO. P. 17. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012	
OBSERVADOR: CARLOS DAVID YÉPEZ	REGISTRO Nº: 006
	FECHA: 27/07/2012
TESIS: PROYECTO TURISTICO SOSTENIBLE PARA LA REVALORIZACIÓN CULTURAL DE LA PARROQUIA SIBAMBE A LO LARGO DE LA RUTA FÉRREA "NARIZ DEL DIABLO", PROVINCIA DE CHIMBORAZO	
1. ASPECTO DE OBSERVACIÓN: CONDICIONES TURÍSTICAS SOSTENIBLES	
2. DATOS INFORMATIVOS:	
NOMBRE DEL SITIO A OBSERVAR: PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE.	
PROVINCIA (AS): CHIMBORAZO	FECHA DE CREACIÓN: 25/07/1802
	SUPERFICIE: 144.76 km ²
RESPONSABLE: PROF. MIGUEL ÁNGEL	ACUERDO:

GALLEGOS PDTE. DE LA JUNTA PARROQUIAL		
<p>3. OBJETIVO: Verificar el grado de vinculación turística que tienen las comunidades a lo largo de la ruta férrea nariz del diablo así como también el manejo de un turismo sostenible por parte de sus pobladores.</p>		
<p>4. CONDICIONES TURISTICAS SOSTENIBLES</p>		
ASPECTO AMBIENTAL	ASPECTO ECONÓMICO	ASPECTO SOCIO-CULTURAL
<ul style="list-style-type: none"> • Se observó que la mayor parte de sus paisajes naturales están alterados como resultado de los pastizales por el incremento de la actividad ganadera sustento de la mayor parte de población. • También se observa que la flora nativa se observa reducida y reemplazada por la agricultura de maíz y trigo. • De la misma forma se observa que la fauna nativa se ha reducido a especies introducidas como ganado vacuno, ovino, porcino y aves de corral, ya que animales de la zona como lobos, conejos de páramo, venados y tigrillos están seriamente amenazados por la alteración de su hábitat natural. • Se percibió que su sistema de agua del grifo es apta para el consumo humano, no obstante en las demás caseríos de la parroquia se observa que no disponen de un buen sistema de agua entubada para consumo. • Se observa que toda la parroquia tiene un solo sistema de alcantarillado para toda la parroquia dando como resultado que este casi obsoleto causando colapsos en la época de lluvia, por ende malos olores ambientales. • Sus calles y plaza se observan limpias porque no hay presencia de basura ni escombros en ellas, además se percibe un aire puro ya que no hay mayor presencia de 	<ul style="list-style-type: none"> • Se observa que la mayor parte de su población se dedica a actividades agropecuarias siendo los cultivos principales: el trigo, la cebada, y el maíz, fréjol y tomate, como actividades agrícolas, y actividades de crianza de ganado, ovino, porcino, y gallinas. • Se observa que algunos de sus pobladores comercializa varios litros de leche al día para la procesadora de lácteos ubicada en el tambo provincia de cañar. • Se observa a la parroquia desolada debido a que posee un alto grado migración a las grandes ciudades del país como Guayaquil y Quito así como también hacia el exterior, producto del desempleo local. • Se observa una inexistente planta turística en cuanto a servicios tales como: alojamiento, alimentación, entretenimiento y operadores turísticos, • También se observa una inexistencia de servicios en telecomunicaciones tales como internet y televisión pagada, lo que ocasiona que la población viaje a Alausí para usar internet. • Se observó que el único medio de transporte para ir a la parroquia rural de Sibambe son solo camiones o camionetas que salen de Alausí y realizan recorridos como 	<ul style="list-style-type: none"> • Se percibe que los sibambeños se sienten súper identificados con sus expresiones y manifestaciones culturales propias de su parroquia tales como sus fiestas populares celebradas el 25 de julio de todos los años en honor a su patrono Santiago de Sibambe, ya que es la única fecha donde se observa que todos sus caseríos se unen de manera masiva para dar vida y ser partícipes activos de sus festividades que duran una semana, con sus leyendas y tradiciones, toros de pueblo, peleas de gallos, juegos tradicionales, entre otros. • Los sibambeños en cualquier parte donde se encuentren sea en el país o en el exterior, se identifican plenamente con las manifestaciones culturales mencionadas que se dan en sus fiestas porque se pudo observar incluso en el desfile de sus fiestas participan representantes de la comunidad sibambeña en España o EEUU. • Se observó casas conservadas con su estilo clásico, pero algunas se encuentran abandonadas sin ningún provecho cultural ni económico.

vehículos ni industrias que arrojen sustancias tóxicas al ambiente.	tipo taxi, cobrando entre \$ 1.00 a \$ 5.00 por persona de acuerdo al # de pasajeros. Al regreso a Alausí se tiene que esperar los mismos vehículos o buses que viene desde Guayaquil.	
<p>OBSERVACIONES: Difundir mas a los turistas que viajan por tren hacia la ruta nariz del diablo, acerca de la parroquia rural de Sibambe como tal, lo que son sus costumbres y fiestas entre otros. Conectar la parroquia mencionada con más atractivos turísticos cercanos, ya que las vías de acceso son excelentes y con señalización. Implementar una buena planta turística en la parroquia ya que al momento es inexistente.</p>		

Conclusiones de la Ficha de Observación # 006

- Sibambe al ser una Parroquia Rural de la ciudad de Alausí posee servicios básicos aceptados como energía eléctrica, agua que no es potable pero es apta para consumo humano y el riego de cultivos.
- De la misma forma la mayor parte de los pobladores tiene acceso al servicio de telefonía fija con la operadora CNT (Consejo Nacional de Telecomunicaciones) y telefonía móvil con sus 3 operadoras Claro, Movistar y Cnt; no obstante carece de servicios tales como internet y televisión pagada.
- Sibambe es una parroquia rural limpia, tranquila y segura, pero que luce desolada por la emigración que han tenido que realizar una parte de sus habitantes ya sea a las ciudades como Quito y Guayaquil o al exterior como España o EEUU; pero a pesar de ello sus pobladores nativos se sienten orgullosos de ser sibambeños, puesto que esto lo demuestran al unirse en sus fiestas y conservar vivo su patrimonio cultural intangible como sus tradiciones festivas.

Recomendaciones de la ficha de observación # 006

- La actividad principal económica de La Parroquia Rural de Sibambe son sin duda la agricultura y ganadería, pero se tendría que incentivar por parte de sus autoridades a sus pobladores a buscar un complemento de actividad económica que genere ingresos económicos adicionales para sus familias como por ejemplo implementar una hostel, o un centro rural de alojamiento para dar apertura a la actividad económica del turismo.
- Si bien las fiestas del Santiago de Sibambe celebradas el 25 de julio de cada año constituye el símbolo principal de identidad en cada sibambeño, se tendría que realizar mas actividades tradicionales a lo largo del año como por ejemplo tener un centro de recreación con sus juegos tradicionales para que sus pobladores no solo en dicha fecha se unan para disfrutar, sino que en otras épocas del año también se una la población para compartir y generar el derecho al ocio y el descanso.
- Los servicios básicos como energía eléctrica, agua y alcantarillado se deberían mejorar en todos los caseríos que integran Sibambe, y también se debería implementar servicios como internet y televisión pagada que en un mundo globalizado son necesarios para empezar a desarrollar cualquier proyecto sin mayor contratiempo.

3.1. ANÁLISIS DE MERCADO

Como se indicó en la definición de términos, el estudio de mercado es uno de los factores más críticos en el estudio de proyectos porque es la determinación de su mercado en sí, porque aquí se define la cuantía de su demanda e ingresos de operación por paquete turístico ofertado de acuerdo a las necesidades y

deseos del turista. En base a lo expuesto se realiza el siguiente análisis de sus factores:

3.1.0. Análisis de la oferta:

TABLA N° 2. ATRACTIVOS TURÍSTICOS A OFERTAR EN LA PARROQUIA SIBAMBE A LO LARGO DE RUTA FÉRREA NARIZ DEL DIABLO. FUENTE: ITUR DE ALAUSÍ, 2011. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.					
ATRACTIVOS CULTURALES					
Lugar	Nombre	Categoría	Ámbito	Subámbito	Jerarquía
SIBAMBE	Nariz del Diablo	Manifestaciones Culturales	Bienes Inmuebles	Ingeniería Civil	III
	Estación del Tren de Sibambe	Manifestaciones Culturales	Bienes Inmuebles	Arquitectura Civil	II
	Fiestas de Santiago de Sibambe	Manifestaciones Culturales	Bienes Inmateriales	Usos Sociales, rituales y actos festivos	II
	Historia y Leyendas de Sibambe y del Ferrocarril	Manifestaciones Culturales	Bienes Inmateriales	Tradiciones y expresiones orales	II
ALAU SÍ	Estación del Tren de Alausí	Manifestaciones Culturales	Bienes Inmuebles	Arquitectura Civil	II
	Mirador y Estatua de San Pedro	Manifestaciones Culturales	Bienes Inmuebles	Arquitectura Monumental Religiosa	II
	Reloj Público	Manifestaciones Culturales	Bienes Inmuebles	Arquitectura Civil	II
	Puente Negro	Manifestaciones Culturales	Bienes Inmuebles	Puentes	II
	Mirador de Lluglly	Manifestaciones Culturales	Bienes Inmuebles	Parques y Plazas	II
	Iglesia La Matriz	Manifestaciones Culturales	Bienes Inmuebles	Arquitectura Religiosa	II
	Comunidad de Nizag	Manifestaciones Culturales	Bienes Inmateriales	Usos Sociales, rituales y actos festivos	II
	Shigras de Alausí	Manifestaciones Culturales	Bienes Inmateriales	Técnicas Artesanales Tradicionales	II
	Fiestas de San Pedro de Alausí	Manifestaciones Culturales	Bienes Inmateriales	Usos festivos rituales y sociales	II
ATRACTIVOS NATURALES					
Lugar	Nombre	Categoría	Ámbito	Subámbito	Jerarquía
HUIGRA	Cascada del Río Panamá	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II
	Cascada de Angas	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II

Análisis.- Se determina que existe un total de 15 atractivos turísticos entre culturales y naturales en la Parroquia Rural de Sibambe a lo largo de la Ruta Férrea Nariz del Diablo, donde 13 de ellos son de tipo cultural que representa el 86.67 % de la oferta turística de la zona, y 2 son atractivos de tipo natural es decir el 13.33 % restante de la oferta turística, estos datos indican claramente que el producto predominante a ofrecer será el turismo cultural.

Todos sus atractivos son de tipo cultural de categoría manifestaciones culturales en donde ocho de ellos son de tipo bienes inmuebles que representan el 61.54%; y cinco atractivos son de tipo bienes inmateriales, que son el 38.46% restante.

Tres atractivos de bienes inmuebles son de subtipo arquitectura civil, dos de arquitectura religiosa, uno de plazas y parques, uno de puentes, y uno de ingeniería civil; lo que implicaría la necesidad de realizar un city tour donde se pueda visitar dichos atractivos.

En la misma categoría de manifestaciones culturales, tres de ellos son de subtipo social, ritual y actos festivos, uno pertenece a tradiciones y expresiones orales y el otro de técnicas artesanales, lo que se prestaría para realizar tours que contemplen actividades de esparcimiento en donde el viajero sea partícipe activo de dichos atractivos.

En cuanto a los atractivos turísticos de tipo natural existen 2 de ámbito ríos con Subámbito cascadas de jerarquía II, que se podrían comercializar en conjunto con los atractivos culturales de Sibambe a lo largo de línea férrea Nariz del Diablo.

Cabe mencionar que según la Unidad de turismo de Alausí la línea Férrea Nariz del Diablo es el único atractivo de tipo cultural y natural de la zona que es de Jerarquía III, es decir capaz por si solo de atraer una corriente de mercado interno y en menor porcentaje un turismo receptivo; y todos los demás atractivos turísticos indicados son de Jerarquía II es decir aquellos que son capaces de interesar a visitantes ya sean nacionales o extranjeros que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas.

PLANTA TURÍSTICA A OFERTAR A LO LARGO DE LA RUTA FÉRREA NARIZ DEL DIABLO.

TABLA Nº 3. AGENCIAS DE VIAJE. FUENTE: SERVICIO DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL TURISTA DE ALAUSÍ (ITUR) 2011. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

RAZÓN SOCIAL	REPRESENTANTE	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	TELÉFONO
AF ALAUSÍ TOURS	ALAUSÍ TOURS CIA LTDA.	ELOY ALFARO 11 Y BOLIVIA	DUALIDAD	032931746
CUNADI TOURS	CUNADI TOURS CIA LTDA.	ESTEBAN OROZCO Y ANTONIO MORA	OPERADORA	032930365
NARIZ DEL DIABLO	NARIZ DEL DIABLO DEVIL NOSE S.A.	5 DE JUNIO 130 Y PEDRO DE LOZA	OPERADORA	032930240

TABLA Nº 4. SERVICIOS DE ALOJAMIENTO (HOTELES). FUENTE: SERVICIO DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL TURISTA DE ALAUSÍ (ITUR) 2011. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

RAZÓN SOCIAL	REPRESENTANTE	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	HABITACIONES	PLAZA	Nº MESAS	TELÉFONO
COLINA	YUNGAN LOURDES	PANAMERICAN A SUR	SEGUNDA	12	14	8	032930891
SAN PEDRO	SÁNCHEZ VINUEZA SANDRA	5 DE JUNIO S/N Y 9 DE OCTUBRE	SEGUNDA	13	31	6	032930089
GAMPALA	NIAMA RODRÍGUEZ GERARDO	KM 1 VÍA A CHUNCHI	TERCERA	15	60	15	032930138
PANAMERICANO	BARRAGÁN CABRERA LUIS	5 DE JUNIO 161 Y 9 DE OCTUBRE	TERCERA	16	43	11	032930278
TEQUENDAMA	ARELLANO HUGO ENRIQUE	5 DE JUNIO 152 Y 9 DE OCTUBRE	TERCERA	17	54	0	032930123
ALFARO	SUÁREZ GLORIA MERCEDES	BARRIO AZUAY	TERCERA	12	16	4	032938196

TABLA Nº 5. SERVICIOS DE ALOJAMIENTO (HOSTALES. FUENTE: SERVICIO DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL TURISTA DE ALAUSÍ (ITUR) 2011. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

RAZÓN SOCIAL	REPRESENTANTE	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	HABITACIONES	PLAZA	Nº MESAS	TELÉFONO
DAVID	PAZMIÑO BARRENO ELENA	5 DE JUNIO S/N Y 9 DE OCTUBRE	TERCERA	6	12	4	032930264
MIRADOR	RICAURTE ENDÉRICA JORGE	FRANCISCO PIZARRO Y A.J.DE SUCRE	SEGUNDA	5	10	0	032931708
TEQUENDAMA	ARELLANO MORA HUGO	5 DE JUNIO Y OROZCO	TERCERA	9	26	0	032930724

TABLA Nº 6. SERVICIOS DE ALOJAMIENTO (PENSIONES). FUENTE: SERVICIO DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL TURISTA DE ALAUSÍ (ITUR) 2011. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

RAZÓN SOCIAL	REPRESENTANTE	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	HABITACIONES	PLAZA	Nº MESAS	TELÉFONO
ALAUSÍ	BRITO AVENDAÑO LUZ VICTORIA	ESTEBAN DE OROZCO Y 5 DE JUNIO	TERCERA	15	36	0	032930361
AMERICANO	SANCHEZ AGUAYO MARCO TULIO	GARCÍA MORENO 151	TERCERA	15	62	0	032930159
EUROPA	RIOFRIO VILLAGRÁN ALFONSO	5 DE JUNIO 175 Y 9 DE OCTUBRE	TERCERA	25	55	0	-----
TÍO EMILIO	CATTANI ANDRADE MÓNICA	RICAURTE 158 Y GARCÍA MORENO	TERCERA	12	24	0	032930461

TABLA Nº 7. SERVICIOS DE ALOJAMIENTO (HOSTERÍAS) FUENTE: SERVICIO DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL TURISTA DE ALAUSÍ (ITUR) 2011. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

RAZÓN SOCIAL	REPRESENTANTE	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	HABITACIONES	PLAZA	Nº MESAS	TELÉFONO
PIRCAPAMBA	ORTIZ GUERRERO JORGE	SECTOR PIRCAPA MBA KM 1	PRIMERA	6	18	5	032930001
POSADA DE LAS NUBES	ORTIZ FIALLO CAROLINA	KM 11 CARRETE RA GARCÍA MORENO	SEGUNDA	7	22	5	032930535
LA QUINTA	SILVA LARA GINA	ELOY ALFARO 121 Y M MUÑOZ	PRIMERA	8	19	13	032930247
RINCÓN DE ISABEL	FIALLO CAMAÑERO VÍCTOR	SECTOR DE BUHA KM 2	TERCERA	6	9	0	032930121
VEJA CASONA	ROBINSON CEPEDA JENY CECILIA	MARIANA MUÑOZ DE AYALA Y BRASIL	PRIMERA	9	30	3	032930161
ETERNA PRIMAVERA	CHÁVEZ RODRÍGUEZ RAÚL OSWALDO	HUIGRA	SEGUNDA	19	63	8	032870146

TABLA N° 8. SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN. FUENTE: SERVICIO DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL TURISTA DE ALAUSÍ (ITUR) 2011. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012

RAZÓN SOCIAL	REPRESENTANTE	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	HABITACIONES	PLAZA	Nº MESAS	TELÉFONO
MESÓN DEL TREN	CORTÉZ NANCY ROSARIO	RICAUURTE Y ELOY ALFARO	SEGUNDA	0	0	8	032930557
AMERICANO	ORTEGA DUSTIN	5 DE JUNIO Y ESTEBAN OROZCO	TERCERA	0	0	6	032931313
CAFÉ DE PEDRO	LÓPEZ LAURA DEL CARMEN	LOMA LLUGLLY JUNTO A LA IMAGEN DE SAN PEDRO	TERCERA	0	0	6	032930332
LOS CHAUALES	ZARUMA MARÍA ROSA	ELOY ALFARO Y BOLIVIA	TERCERA	0	0	8	032931212
EL CISME	PARADA LARA LAURA	5 DE JUNIO Y ANTONIO CATTANI	TERCERA	0	0	11	032930558
COMEDOR FAMILIAR	NARANJO PINOS FANNY	9 DE OCTUBRE 156 Y PEDRO DÁVILA	TERCERA	0	0	7	032931221
LA DILIGENCIA	GALLEGOS MARTÍNEZ MARTHA	ELOY ALFARO, ESTACIÓN DEL FERROCARRIL	TERCERA	0	0	10	032931293
DON FAUSTO	SILVA FAUSTO	PANAMERICANA SUR VÍA A CHUNCHI	TERCERA	0	0	11	032930290
FLAMINGO	GARCÍA CARMEN	9 DE OCTUBRE Y ANTONIO MORA	TERCERA	0	0	7	032930367
LA HIGUERA	SÁNCHEZ ARCOS MIRIAM	AV. 5 DE JUNIO Y RICAUURTE	TERCERA	0	0	7	032931582
INTEGRACIÓN ANDINA	SANTOS SILVA JOSÉ	PANAMERICANA SUR VÍA A CUENCA	TERCERA	0	0	19	032930306
KENN JHONNY	TIXI CORTES JUNA	GARCÍA MORENO Y CHILE	TERCERA	0	0	6	-----
SUCRE	JUCA WASHINGTON	ESTEBAN OROZCO Y 5 DE JUNIO	TERCERA	0	0	6	-----
SÚPER ADRIANS	LÓPEZ AIDA	PEDRO DE LOZA 142 Y 5 DE JUNIO	TERCERA	0	0	8	-----
VERA DEL CAMINO	NIAMA ZURITA BYRON	PANAMERICANA SUR VÍA A CHUNCHI	TERCERA	0	0	20	032930055
DANIELITO	MALAN SAYAGO JOSÉ	5 DE JUNIO 165 Y ESTEBAN OROZCO	CUARTA	0	0	6	-----
DELICIAS DEL PALADAR	LÓPEZ VILLA ROSA	5 DE JUNIO Y 9 DE OCTUBRE	CUARTA	0	0	6	-----
LATACUNGUE ÑITA	ACURIO LIGIA	5 DE JUNIO 153 Y PEDRO LOZA	CUARTA	0	0	5	-----
LA YAPITA	CAMAÑERO JULIO	5 DE JUNIO 9 DE OCTUBRE	CUARTA	0	0	7	032935395

TABLA N° 9. SERVICIOS DE DISTRACCIÓN Y RECREACIÓN (BARES, DISCOTECAS, SPAS Y COMPLEJOS TURÍSTICOS). FUENTE: ITUR DE ALAUSÍ, 2011. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.							
RAZÓN SOCIAL	REPRESENTANTE	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	HABITACIONES	PLAZA	Nº MESAS	TELÉFONO
BAR ÉXTASIS	CHARCO DORIS	PABLO JOSÉ DÁVILA Y ESTEBAN OROZCO	TERCERA	0	0	0	032931376
BAR Y DISCOTECA A EL REFUGIO	ROJAS PERCY	AV. 5 DE JUNIO Y CATTANI	TERCERA	0	0	0	032930587
COMPLEJO TURÍSTICO LA CASA DEL ÁRBOL	GUERRERO ARCOS JOSÉ LUIS	KM 14 VÍA BUCAY	PRIMERA	8	20	20	0988992440
SPA LUNITA	LUNA OJEDA CARLOS	VILLALVA 551 Y 9 DE OCTUBRE	SEGUNDA	0	0	0	032930945

Análisis.- Existen 3 operadoras de turismo ubicadas en la Ciudad de Alausí lo que indica que existe competencia pero no en mayor número, la ventaja estaría en formar una operadora turística que oferte paquetes turísticos distintivos en donde se ponga como prioridad la revalorización cultural de Sibambe y su área de influencia a lo largo de la ruta férrea Nariz del Diablo con nuevos atractivos y servicios que haga la diferencia con la competencia.

En cuanto a los servicios de alojamiento se ve claramente que casi el 100% están ubicados en la Ciudad de Alausí, solo unos pocos se encuentran en los periféricos de la misma localidad y en la Parroquia de Huigra, lo que implica que en la Parroquia Rural de Sibambe no existen lugares de hospedaje lo cual sería una oportunidad para empezar a crear sitios de alojamiento rural en las casas de los comuneros y complementar actualmente el hotel existente en la estación del tren de Sibambe llamado El Refugio del tren con 15 habitaciones.

Con respecto a los servicios de alimentación al igual que los de alojamiento todos los existentes están en la Ciudad de Alausí, razón por la cual nuevamente sería una oportunidad para la Parroquia Rural de Sibambe comenzar a crear innovadores sitios de alimentación que ofrezcan comidas tradicionales de su pueblo con productos de su localidad, así como también sitios de recreación, ocio y diversión.

TABLA N° 10. PRODUCTOS TURÍSTICOS A OFERTAR EN LA PARROQUIA SIBAMBE A LO LARGO DE LA RUTA FÉRREA NARIZ DEL DIABLO. FUENTE: PLANDETUR 2020, 2012, P. 14. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

Líneas de productos	Productos Turísticos	Factibilidad	Detalles
Circuitos generales	Circuitos generales	Aplica	Rutas del Tren
Sol y Playa	Sol y Playa	No Aplica	-----
Turismo Comunitario	Turismo Comunitario o turismo Rural	Aplica	Comunidades de Nizag y Tolte.
Turismo Cultural	Patrimonios Naturales y Culturales	Aplica	Capac-Nan y Parque Nacional Sangay
	Mercados y Artesanías	No Aplica	-----
	Gastronomía	No Aplica	-----
	Shamanismo	Aplica	Cerro Puñay
	Fiestas Populares	Aplica	Fiestas de Santiago de Sibambe y San Pedro de Alausí
	Turismo Religioso	No Aplica	-----
	Turismo Urbano	No Aplica	-----
	Turismo Arqueológico	Aplica	Capac-Nan y Cerro Puñay
	Turismo Científico	Aplica	Conchas Gigantes Petrificadas
Haciendas Históricas	No Aplica	-----	
Parques Temáticos	Parques Temáticos	No Aplica	-----
Ecoturismo y Turismo de Naturaleza	Parques Nacionales	Aplica	Parque Nacional Sangay
	Reservas y Bosques Privados	No Aplica	-----
	Ríos, Lagos, Lagunas y Cascadas	Aplica	Cascada de Panamá Cascada de Angas
	Observación de Flora y Fauna	No Aplica	-----
Turismo de Deportes y Aventura	Deportes Terrestres	No Aplica	-----
	Deportes Aéreos	No Aplica	-----
	Deportes Fluviales	No Aplica	-----
	Deportes Acuáticos	No Aplica	-----
Turismo de Salud	Termalismo	No Aplica	-----
	Medicina Ancestral	No Aplica	-----
	SPA'S	No Aplica	-----
Agroturismo	Haciendas, Fincas y Plantaciones	No Aplica	-----

Turismo de Negocios	Reuniones, Incentivos	No Aplica	-----
Turismo de Cruceros	Cruceros	No Aplica	-----

Análisis.- La línea de producto predominante para el área turística de Sibambe es el turismo comunitario y cultural con algunas variedades de productos como las fiestas populares; no obstante se podría aplicar más variedades como el turismo gastronómico, shamánico, o un turismo de salud en potenciales turísticos como las aguas termales existentes en la comunidad de Alpachaca perteneciente a la Parroquia Rural de Sibambe, incluso por las condiciones del terreno de sus montañas se podría daría apertura a deportes de aventura como el Downhill (descender la montaña en bicicleta a contrareloj), esto indicaría claramente que la comunidad puede empezar a abrirse a la actividad económica del turismo para obtener una fuente más de ingresos económicos, ya que la parroquia como tal y sus alrededores tienen atractivos turísticos aún desconocidos para muchos, pero que esta misma razón puede servir para empezar a emprender nuevos proyectos turísticos innovadores que llamen la atención de la demanda turística que viaja en tren a la Nariz del Diablo.

3.1.1. Análisis de la Demanda

Para el estudio de mercado se tendrá como universo poblacional a las personas nacionales y extranjeras que viajaron en tren hacia la ruta Nariz del Diablo a través de intermediación turística (agencias y operadoras de turismo); para esto según Ferrocarriles Ecuatorianos Empresa Pública en el año 2011 fueron un total de 11243 turistas, de los cuales 1125 fueron viajeros nacionales es decir el 10% y 10118 fueron turistas extranjeros es decir el 90%.

3.1.1.0 Demanda Nacional.- Se determina en base a la siguiente fórmula

$$n = \frac{N (p \cdot q)}{N - 1 \frac{E}{K} 2 + p \cdot q}$$

Donde:

- n= tamaño de la muestra
- K= Nivel de confiabilidad del 2%
- p= Probabilidad de ocurrencia del 50% = 0.50
- q= Probabilidad de no ocurrencia 1-0.5 = 0.5
- N= Universo del estudio → 1125 personas
- e= Error de muestreo del 10%

$$n = \frac{1125 (0.50 * 0.50)}{1125 - 1 \left(\frac{10}{2}\right)^2 + 0.25} \quad n = \frac{281.25}{1124 (0.05)^2 + 0.25} = n = \frac{281.25}{3.06}$$

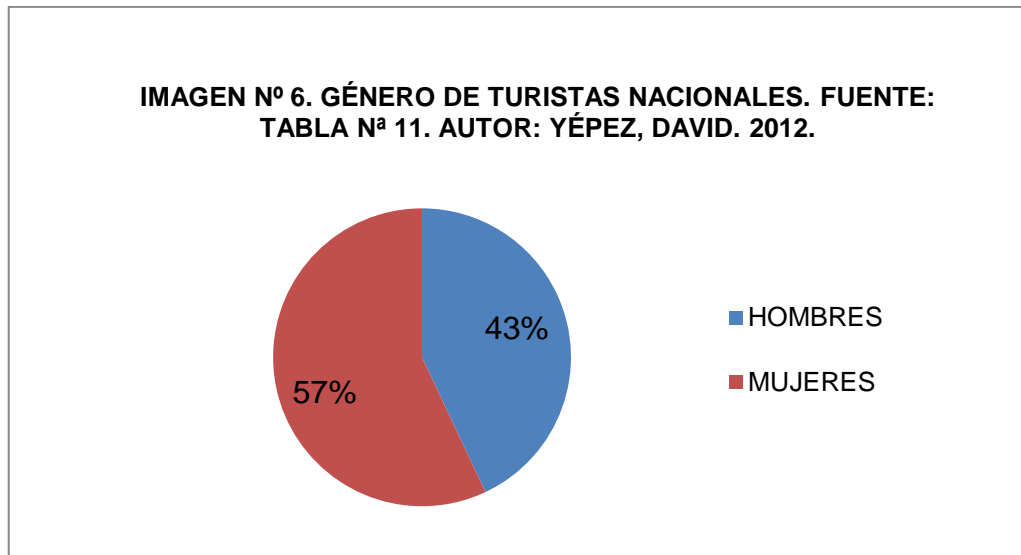
n= 91.41 → 91 encuestas a nacionales

El análisis de la demanda nacional se realizó en base a una encuesta de 12 preguntas (VER ANEXO N° 17), realizadas a personas nacionales en la ciudad de Quito en el mes de noviembre del 2012. Dicho lo expuesto el análisis es el siguiente:

TABLA N° 11. GENERO DE TURISTAS NACIONALES. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
Hombres	39	43 %
Mujeres	52	57%
TOTAL	91	100%

Pregunta N° 1: Género

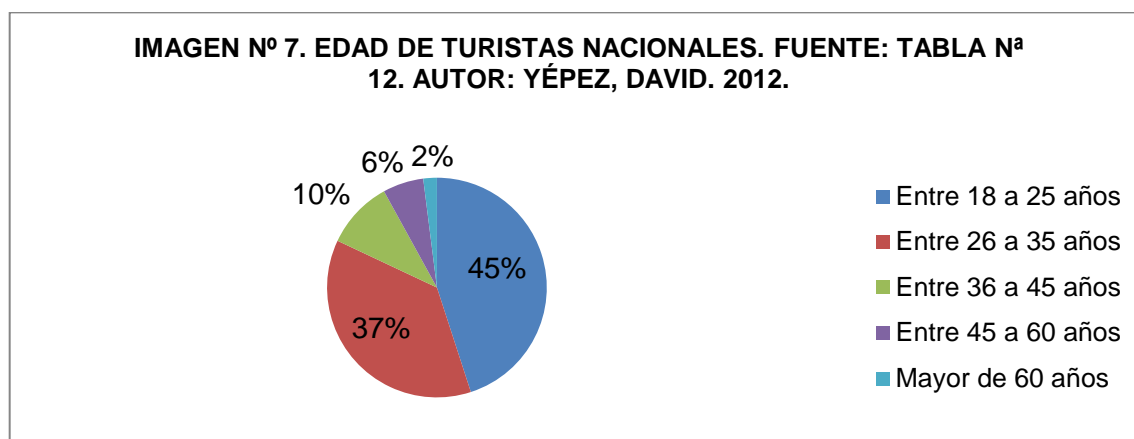


Interpretación y análisis.- De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas realizadas en la ciudad de Quito se determinó que el 43% fueron hombres y el 57% fueron mujeres, esto puede obedecer a la mayor presencia laboral femenina en empresas de servicios turísticos como alojamiento y alimentación, y de igual forma como trabajadoras o consumidoras en sitios de distracción y entretenimiento, que fueron los principales lugares donde se aplicó las encuestas.

TABLA N° 12. EDAD DE TURISTAS NACIONALES. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
Entre 18 a 25 años	41	45%
Entre 26 a 35 años	34	37%
Entre 36 a 45 años	9	10%
Entre 45 a 60 años	5	6%
Mayor de 60 años	2	2%
TOTAL	91	100%

Pregunta N° 2: ¿Su edad es?



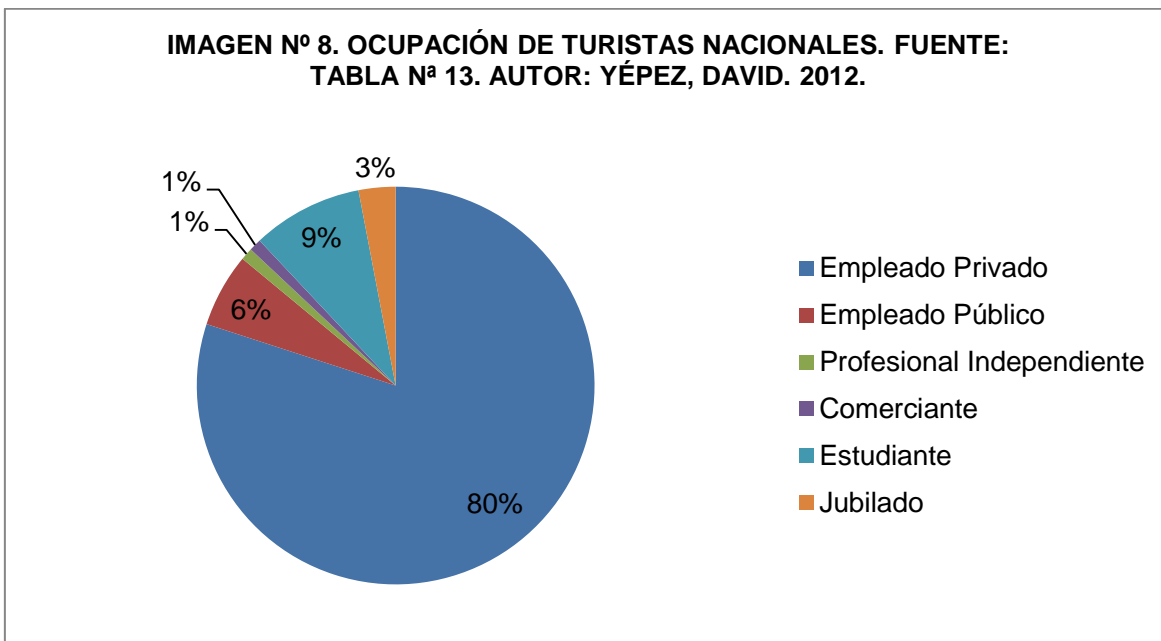
Interpretación y análisis.- Según los resultados de las encuestas aplicadas se determinó que la edad predominante es el rango entre los 18 a 25 años que representa un 45%; seguido no muy distante de la edad comprendida entre los 26 a 35 años que es el 37%; lo que implicaría que ambas edades vendrían a ser el segmento de mercado clave en cuanto a edad se refiere diseñando paquetes de turismo con actividades activas en su mayoría; ya que como se podrá observar los rangos de edad restantes es decir entre los 36 a 45 años que son el 10%, entre los 45 a 60 años que son el 6%, y mayor de 60 años que apenas representan el 2%, si bien no dejan de ser importantes como mercado de oportunidad no serían el mercado selecto demográficamente hablando.

TABLA N° 13. OCUPACION DE TURISTAS NACIONALES. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
Empleado Privado	73	80%
Empleado Público	5	6%

Profesional Independiente	1	1%
Comerciante	1	1%
Estudiante	8	9%
Jubilado	3	3%
TOTAL	91	100%

Pregunta Nº 3: ¿Su ocupación actual es?



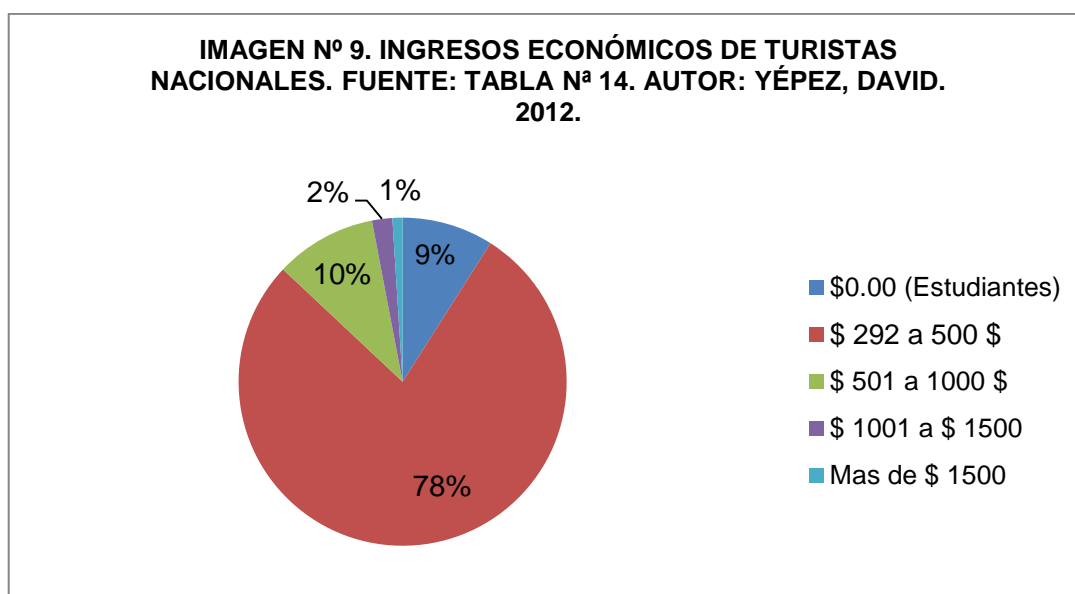
Interpretación y análisis.- Los resultados de las encuestas aplicadas señalan que el 80% de los encuestados son empleados privados, lo cual se interpretaría que se tendría que realizar mayor promoción, comercialización y ventas del producto turístico a ofertar a la empresa privada para que realicen sus paseos empresariales con los paquetes comerciales ofrecidos; no obstante aunque la ocupación de los encuestados en el sector público refleja apenas un 6%, igualmente se tendría que realizar en menor escala la difusión y comercialización del producto; el 9% son estudiantes que si bien no pertenecen a la población económicamente activa de generar ingresos propios son una buena opción en las escuelas de turismo y colegios para captar los productos a ofrecer; con un desapercibido 1% por cada uno se encuentran los comerciantes y profesionales independientes que si bien podrán interesarse serían un mercado

sin mayor relevancia; finalmente con un 3% están los jubilados es decir el sector de la tercera edad que son un mercado de oportunidad ya que a través de IESS se otorga préstamos para hacer turismo.

TABLA N° 14. INGRESOS ECONÓMICOS DE TURISTAS NACIONALES. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
\$0.00 (Estudiantes)	8	9%
\$ 292 a 500 \$	71	78%
\$ 501 a 1000 \$	9	10%
\$ 1001 a \$ 1500	2	2%
Mas de \$ 1500	1	1%
TOTAL	91	100%

Pregunta N° 4: ¿Sus ingresos económicos son?



Interpretación y análisis.- Los resultados arrojados de las encuestas demuestran claramente que el 78% de los encuestados nacionales tienen ingresos económicos entre \$ 292.00 que fue el sueldo básico del año 2012 a \$ 500, este target de mercado que lo conforman la mayor parte los encuestados conjuntamente con las personas que tienen ingresos entre \$ 500 a \$ 1000 que

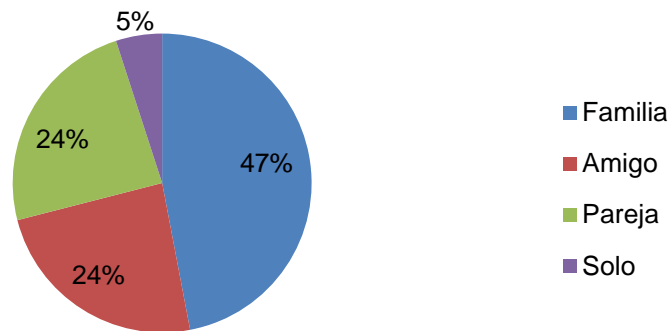
representan el 10%, se tendría que promocionar paquetes con costos medianos, reduciendo costos por ejemplo con cabinas del tren estándar y box lunch dependiendo de las actividades que se realicen; los estudiantes que no poseen ingresos económicos propios siempre serán un mercado de oportunidad para que adquieran los nuevos paquetes turísticos a ofertar ya que realizan giras de estudio y serían igualmente diseñados para un target estudiantil medio. Finalmente los que poseen ingresos económicos entre \$ 1001 a \$ 1500 y mayor a este rubro que conforman el 2% y 1% respectivamente se promocionaría paquetes turísticos un poco más elevados con mayores servicios y actividades como por ejemplo que viajen en las cabinas Vip del ferrocarril, hospedarse y alimentarse en establecimientos de mayor jerarquía de acuerdo a sus gustos y necesidades; esto dará como resultado mayores ingresos tanto para la comunidad de Sibambe como para el ferrocarril, porque es importante también que el cliente pague muy bien por los servicios que recibe y consume, a diferencia de otros que puedan consumir menos y pagar poco generando menores ingresos hacia la comunidad.

TABLA N° 15. CON QUIÉN PREFIEREN VIAJAR LOS TURISTAS NACIONALES. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
Familia	43	47%
Amigos	22	24%
Pareja	22	24%
Solo	4	5%
TOTAL	91	100%

Pregunta N° 5 ¿Con quién prefiere viajar?

IMAGEN Nª 10. CON QUIÉN PREFIEREN VIAJAR LOS TURISTAS NACIONALES. FUENTE: TABLA Nª 15. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

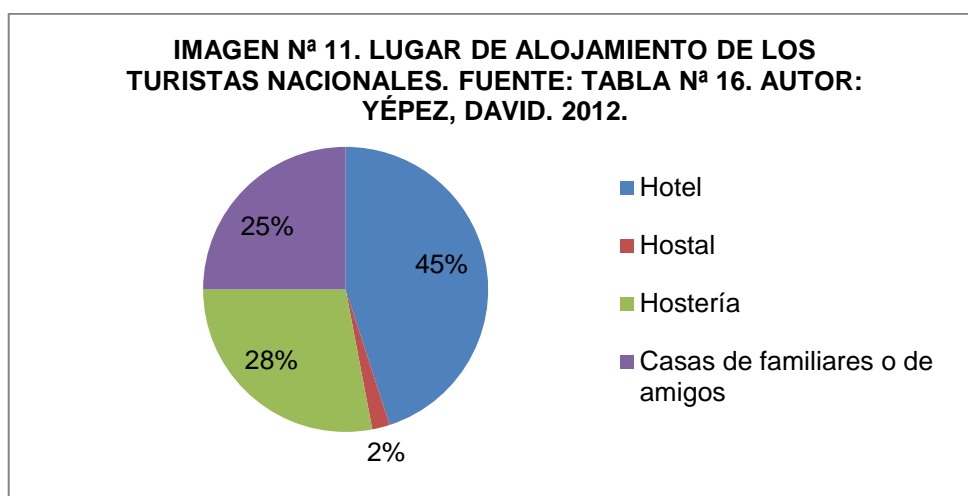


Interpretación y análisis.- El 47% de las personas encuestadas a la hora de viajar prefiere hacerlo con su familia, lo que quiere decir claramente que el producto turístico a ofertar será enfocado al turismo familiar con actividades lúdicas, culturales y educativas; no obstante con un 24% cada uno le siguen las personas que prefieren viajar en pareja y amigos, lo que indica que también que se deberá realizar productos turísticos comunitarios enfocados en gente juvenil y parejas jóvenes con variedad de actividades como por ejemplo deportes de aventura como rappel; finalmente con menos relevancia con un 5% están personas que prefieren viajar solos por distintas razones en donde no habría mayor relevancia del producto.

TABLA Nª 16. LUGAR DE ALOJAMIENTO DE LOS TURISTAS NACIONALES. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
Hotel	41	45%
Hostal	2	2%
Hostería	25	28%
Casas de familiares o de amigos	23	25%
TOTAL	91	100%

Pregunta N^o 6: ¿Cuándo viaja que tipo de alojamiento prefiere?



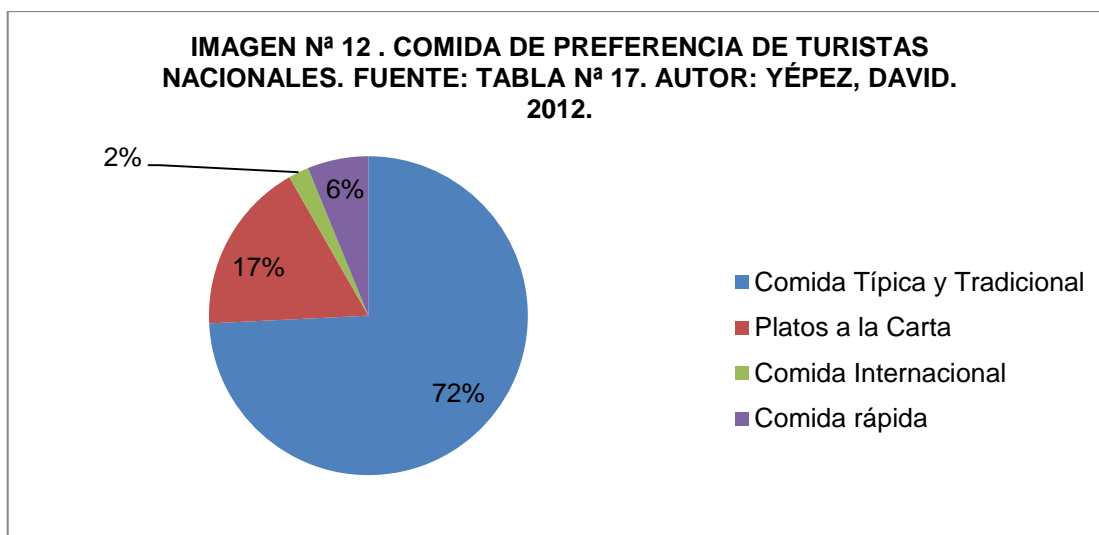
Interpretación y análisis.- De acuerdo con los datos descritos la mayor parte de los turistas nacionales encuestados a la hora de viajar prefieren alojarse en un hotel con un claro 46%; mientras que un 28% prefiere alojarse en hosterías, es decir además de pernoctar también prefiere realizar actividades sin salir de su lugar de estancia; un 25% prefiere quedarse en casas de familiares o de amigos, implicando de esta manera la no utilización de la planta de servicios asumiendo de esta manera que no viajarían por medio de un paquete turístico que dure mas de un día, pero este dato también podría servir para empezar a crear sitios de alojamiento rural en las casas de los comuneros, que puedan asemejarse a una permanencia en casa de algún pariente o amigo, ofreciendo servicios de hospedaje no muy costosos en comparación con un hotel u hostería; finalmente con un escaso 2% las personas encuestadas prefieren alojarse en una hostal, lo que quiere decir que estos centros de alojamiento no formarían parte del servicio de hospedaje del proyecto.

En síntesis cualquier tipo de alojamiento que forme parte de la planta de servicios se deberá utilizar en Alausí ya que actualmente en la Parroquia de Sibambe no hay lugares donde hospedarse; lo que implicaría de forma urgente implementar mediante acuerdos con la comunidad de Sibambe centros de alojamiento rurales en casa de sus comuneros.

TABLA Nª 17. COMIDA DE PREFERENCIA DE TURISTAS NACIONALES. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
Comida típica y tradicional	66	72%
Platos a la Carta	17	19%
Comida Internacional	2	2%
Comida rápida	6	7%
TOTAL	91	100%

Pregunta Nª 7: ¿Al momento de viajar que tipo de comida prefiere?



Interpretación y análisis.- Claramente se demuestra con un amplio 72% que la comida de preferencia a la hora de viajar de los turistas nacionales es la comida típica y tradicional, partiendo de la diferencia que un plato típico es de cada región con sus respectivas variaciones pero forma parte de la cultura del

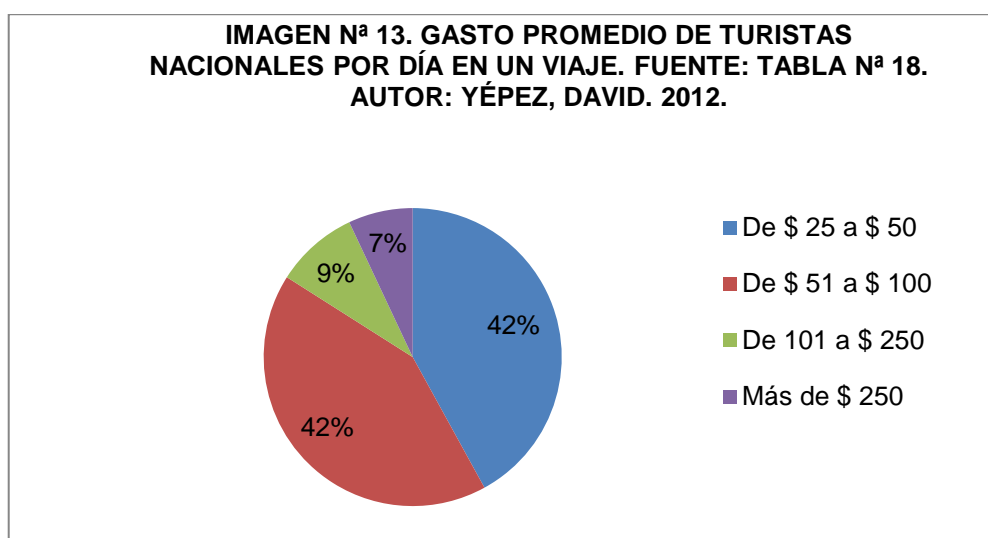
país, como por ejemplo la fritada, en cambio lo tradicional está arraigado a las costumbres, tradiciones y creencias de cada pueblo como por ejemplo la colada morada, en ambos casos los viajeros nacionales prefieren ambos tipos de comida lo que implica un grande potencial para poder desarrollar un turismo gastronómico en Sibambe y sus alrededores; muy lejano con un 17% le sigue las personas que prefieren platos a la carta, implicando que dichos platos pueden incluir dentro de su menú comida típica o tradicional dando como resultado la misma opción propuesta anterior. Finalmente la comida rápida e internacional con apenas un 6% y un 2% respectivamente no tendrían mayor incidencia en lo que se requiere realizar con los resultados indicados.

TABLA Nª 18. GASTO PROMEDIO POR DÍA EN UN VIAJE DE TURISTAS NACIONALES.

FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
De \$ 25 a \$ 50	38	42%
De \$ 51 a \$ 100	38	42%
De 101 a \$ 250	9	9%
Más de \$ 250	6	7%
TOTAL	91	100%

Pregunta Nª 8: ¿Cuánto es su gasto promedio en un viaje por día?



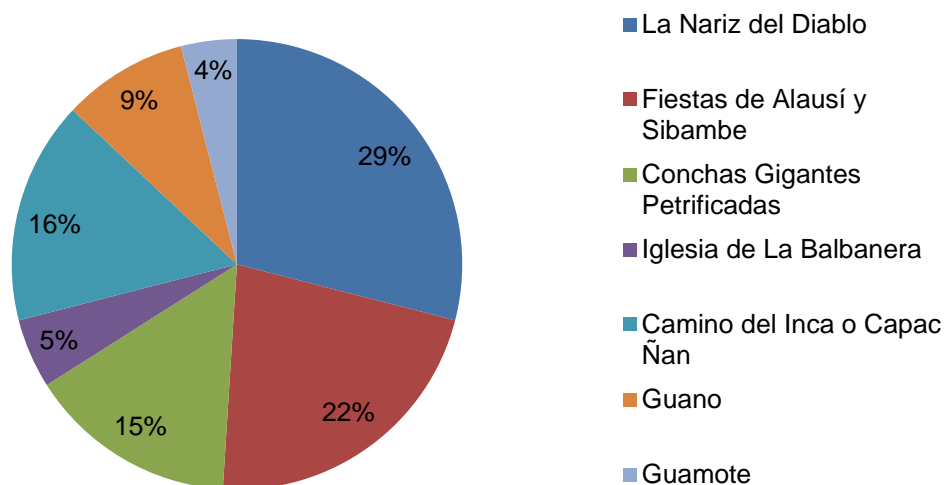
Interpretación y análisis.- De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuestas a turistas nacionales se puede concluir un empate técnico con un 42% cada uno en lo que respecta al gasto promedio por día en un viaje, en otras palabras el viajero nacional gasta en un día de viaje entre \$ 25 a 100 ya que engloba las dos primeras opciones que se dieron a escoger en la pregunta; esto es un buen indicio ya que se tendría clientes con una capacidad de gasto medio por día y que si podrían adquirir un paquete turístico con un precio cómodo y de buen servicio; no obstante con un porcentaje bajo con un 9% están las personas que gastan entre \$ 100 a \$ 250 y con un 7% los que gastan más de \$250 por día en un viaje, si bien no formarían parte del target de mercado indicado, se les podría ofertar un paquete turístico con mayor número de actividades y servicios.

TABLA Nª 19. ATRACTIVOS TURISTICOS HISTÓRICO CULTURALES QUE LE GUSTARÍA CONOCER EN LA PROVINCIA DEL CHIMBORAZO AL TURISTA NACIONAL. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
La Nariz del Diablo	26	29%
Fiestas de Alausí y Sibambe	20	22%
Conchas Gigantes Petrificadas	13	15%
Iglesia de La Balbanera	5	5%
Camino de Inca o Capac Ñan	14	16%
Guano	9	9%
Guamote	4	4%
TOTAL	91	100%

Pregunta Nª 9: ¿Qué atractivos turísticos histórico culturales le gustaría conocer de la provincia de Chimborazo?

IMAGEN N° 14. ATRACTIVOS TURISTICOS HISTÓRICO CULTURALES QUE LE GUSTARÍA CONOCER EN LA PROVINCIA DEL CHIMBORAZO AL TURISTA NACIONAL. FUENTE: TABLA N° 19. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.



Interpretación y análisis.- Como se puede observar en el gráfico hay 7 opciones de respuesta en la pregunta planteada, estas corresponden a los atractivos histórico-culturales que le gustaría conocer al turista nacional en la Provincia del Chimborazo, se escogió dichos sitios porque el objetivo de esta pregunta es que el encuestado al momento de responder escoja el atractivo turístico que más le interese conocer o le llame la atención entre los 7 atractivos turísticos de categoría cultural más importantes y representativos en dicha provincia, para así al final obtener datos que sirvan para el objetivo del proyecto.

Explicado lo expuesto los datos obtenidos en esta pregunta se afirma que a un 29% de encuestados nacionales le gustaría conocer La Nariz del Diablo mientras que a un 22% le gustaría ir a las fiestas de Alausí y Sibambe, estos resultados demuestran claramente el interés por parte del turista nacional en participar en las diferentes actividades que en dichos sitios se puedan dar,

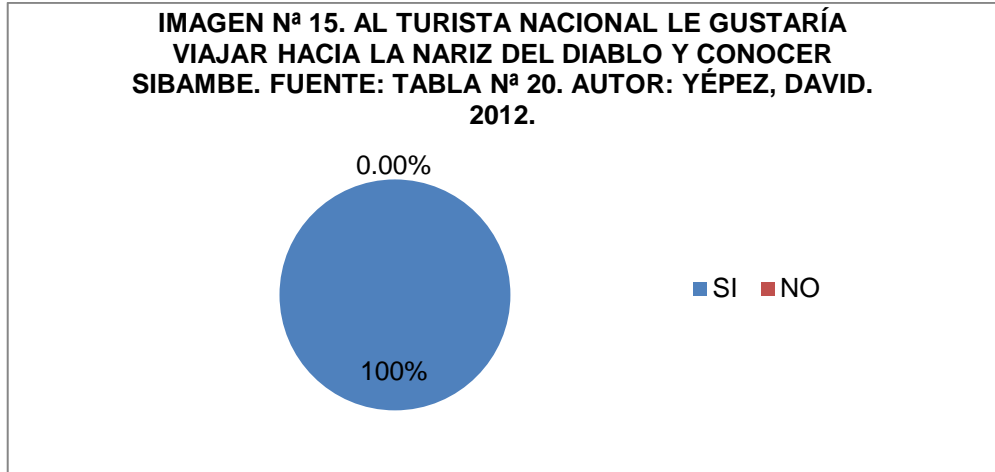
implicando de esta manera diseñar paquetes de turismo enfocados a estos atractivos en donde el viajero nacional pueda disfrutar y satisfacer sus gustos, deseos y necesidades; con un 16% nos indica que también les gustaría conocer el Camino del Inca o Capac Ñan y a un 15% le gustaría conocer las conchas gigantes petrificadas que si bien están ubicados distantes del área turística propuesta no obstante puede ser una buena opción como complemento sustitutivo de un paquete turístico; finalmente a un 9% le encantaría conocer Guano, a un 5% la Iglesia de la Balbanera y solo a un 4% le gustaría visitar Guamote; lo cual no tendrían la incidencia del caso en el diseño de paquetes a proponer.

TABLA Nª 20. AL TURISTA NACIONAL LE GUSTARÍA VIAJAR HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y CONOCER SIBAMBE. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
Sí	91	100%
No	0	0.00%
TOTAL	91	100%

Pregunta Nª 10: ¿Le gustaría viajar en tren hacia la nariz del diablo y conocer Sibambe una parroquia cercana al sitio con riqueza natural y cultural?

IMAGEN N° 15. AL TURISTA NACIONAL LE GUSTARÍA VIAJAR HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y CONOCER SIBAMBE. FUENTE: TABLA N° 20. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

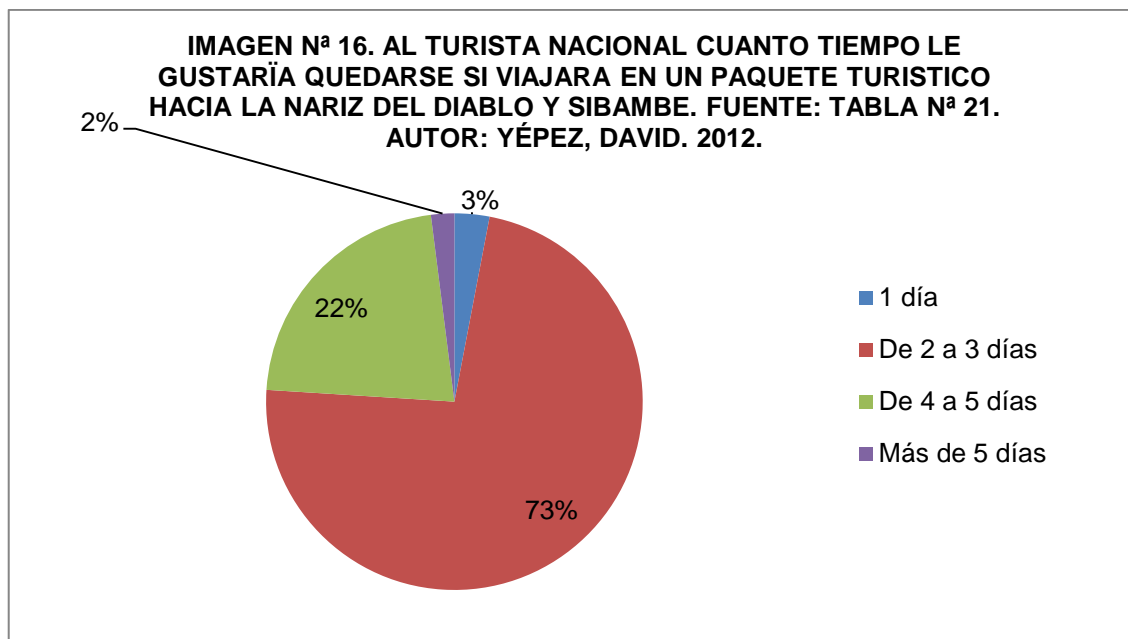


Interpretación y análisis.- El resultado gratificante obtenido por parte de los encuestados nacionales con un 100% a favor de que sí le gustaría viajar hacia la Nariz del Diablo y conocer la Parroquia Rural de Sibambe, nos dice claramente el gran interés por parte de la población encuestada en conocer dicha parroquia como atractivo turístico cuando viaje en tren hacia la Nariz del Diablo, lo que implicaría que el proyecto a proponer tendría viabilidad de aceptación por parte del turista nacional, lo que representa una gran motivación para diseñar nuevas ofertas turísticas hacia la zona mencionada tomando en cuenta las otras variables de la encuesta.

TABLA N° 21. AL TURISTA NACIONAL CUANTO TIEMPO LE GUSTARÍA QUEDARSE SI VIAJARA EN UN PAQUETE TURISTICO HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y SIBAMBE.

FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
1 día	3	3%
De 2 a 3 días	66	73%
De 4 a 5 días	20	22%
Más de 5 días	2	2%
TOTAL	91	100%



Pregunta Nª 11: ¿Sí viajara en tren hacia la Nariz del Diablo y Sibambe en un paquete turístico dónde le ofrezcan varias actividades ¿cuánto tiempo le gustaría quedarse?

Interpretación y análisis.- Con un amplio 73% la mayor parte de turistas nacionales encuestados indica que cuando viaje a La Nariz del Diablo y Sibambe le gustaría quedarse entre 2 a 3 días, lo cual es un buen resultado para poder diseñar paquetes turísticos de índole comunitario y cultural, ya que sería el tiempo suficiente para que el turista nacional conozca y disfrute en La Parroquia Rural de Sibambe y sus alrededores; de la misma forma con un 22% están los posibles clientes que le gustaría quedarse en el lugar de 4 a 5 días, lo cual nos permitiría también diseñar paquetes turísticos conectando los atractivos principales que serían La Ruta Férrea Nariz del Diablo y La Parroquia Rural de Sibambe con otros atractivos un poco distantes como por ejemplo el Capac Ñan, aquí se tendría que realizar mayor número de actividades complementarias como el acampamiento; finalmente a un 2% le gustaría quedarse más de 5 días en el área indicada, y el

3% indica que apenas le gustaría permanecer 1 solo día en ambos casos no tendría mayor relevancia por sus bajos porcentajes ya que no afectarían a diseño de los paquetes a proponer.

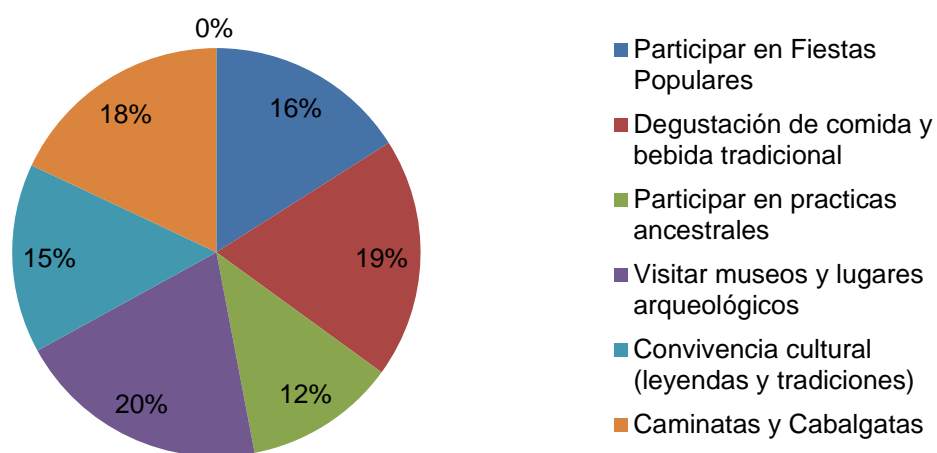
TABLA Nª 22. ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR AL TURISTA NACIONAL EN UN PAQUETE TURISTICO HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y SIBAMBE. FUENTE: ENCUESTA.

AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
Participar en Fiestas Populares	15	16%
Degustación de comida y bebida tradicional	17	19%
Practicar en practicas ancestrales	11	12%
Visitar museos y lugares arqueológicos	18	20%
Convivencia cultural (leyendas y tradiciones)	14	15%
Caminatas y Cabalgatas	16	18%
Otros	0	0%
TOTAL	91	100%

Pregunta Nª 12: De las siguientes actividades ¿cuáles le gustaría a Ud. Que se incluya dentro de un paquete turístico cultural hacia la Nariz del Diablo y Sibambe?

IMAGEN Nª 17. ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR AL TURISTA NACIONAL EN UN PAQUETE TURÍSTICO HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y SIBAMBE. FUENTE: TABLA Nª 22. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.



Interpretación y análisis.- Los resultados obtenidos en cuanto a la pregunta indicada como muestra claramente el gráfico estadístico las actividades que le gustaría realizar al turista nacional en un paquete turístico hacia la Nariz del Diablo y Sibambe son principalmente visitar museos y lugares arqueológicos con un 20%; degustar comida y bebida tradicional con un 19%; y hacer caminatas y cabalgatas con un 18%; aunque no hay mucha diferencia en las demás opciones ya que a un 16% le gustaría participar en fiestas populares; a un 15% le gustaría realizar una convivencia cultural con sus leyendas y tradiciones y finalmente a un 12% le gustaría participar en prácticas ancestrales como por ejemplo sembrar productos con abonos caseros.

La diferencia entre un resultado y otro es mínima lo que se deduce que el turista nacional a la hora de viajar al área turística propuesta, este tendrá interés por todas las actividades propuestas con sus respectivas preferencias del caso, pero lo importante es que la encuesta demuestra que tranquilamente se pueden

diseñar paquetes turísticos comerciales con todas las actividades indicadas dentro de un itinerario acorde a las mismas satisfaciendo las necesidades y expectativas de los posibles clientes.

Perfil del turista nacional.- Según los resultados obtenidos en las encuestas se concluye que el turista nacional tiene el siguiente perfil: Cliente hombre y mujer entre 18 a 35 años de edad, en su mayor parte empleados privados con ingresos económicos mensuales entre \$ 292 a \$ 500, que le gusta viajar de preferencia con su familia de 2 a 3 días y la mayoría de veces desea hospedarse en un hotel así como también en hosterías o alojarse en casas de familiares o amigos si este tuviere cerca del lugar visitado; en cuanto a los servicios de alimentación este prefiere la comida típica y tradicional del lugar a donde viaja. Se puede deducir que en cuanto a los servicios de alojamiento y alimentación el turista nacional prefiere que estos brinden buen servicio pero sus costos no sean elevados ya que su gasto promedio por día es entre los \$ 25 a \$ 100. De igual forma cuando viaje a la Provincia del Chimborazo le gustaría conocer atractivos turísticos culturales como viajar en tren hacia la Nariz del Diablo, en donde se le ofrezcan actividades como visitar museos y lugares arqueológicos, de la misma forma conocer al ciento por ciento La Parroquia Rural de Sibambe, degustando de sus comidas y bebidas tradicionales y realizar caminatas y cabalgatas en contacto con la naturaleza de su parroquia, también desearía disfrutar y participar en su festividades y poder conocer acerca de sus leyendas, tradiciones y demás prácticas ancestrales que aún perduran en el tiempo.

3.1.1.1. **Demanda Internacional.-** Se determina en base a la misma fórmula:

$$n = \frac{N (p \cdot q)}{N - 1 \frac{E}{K} 2 + p \cdot q}$$

Donde:

- n= tamaño de la muestra
- K= Nivel de confiabilidad del 2%
- p= Probabilidad de ocurrencia del 50% = 0.50
- q= Probabilidad de no ocurrencia 1-0.5 = 0.5
- N= Universo del estudio → 10118 personas
- e= Error de muestreo del 10%

$$n = \frac{10118 (0.50 * 0.50)}{10118 - 1 \left(\frac{10}{2}\right)^2 + 0.25} = n = \frac{2529.5}{10117 (0.05)^2 + 0.25} = n = \frac{2529.5}{25.5425}$$

n= 99.03 → 99 encuestas a extranjeros

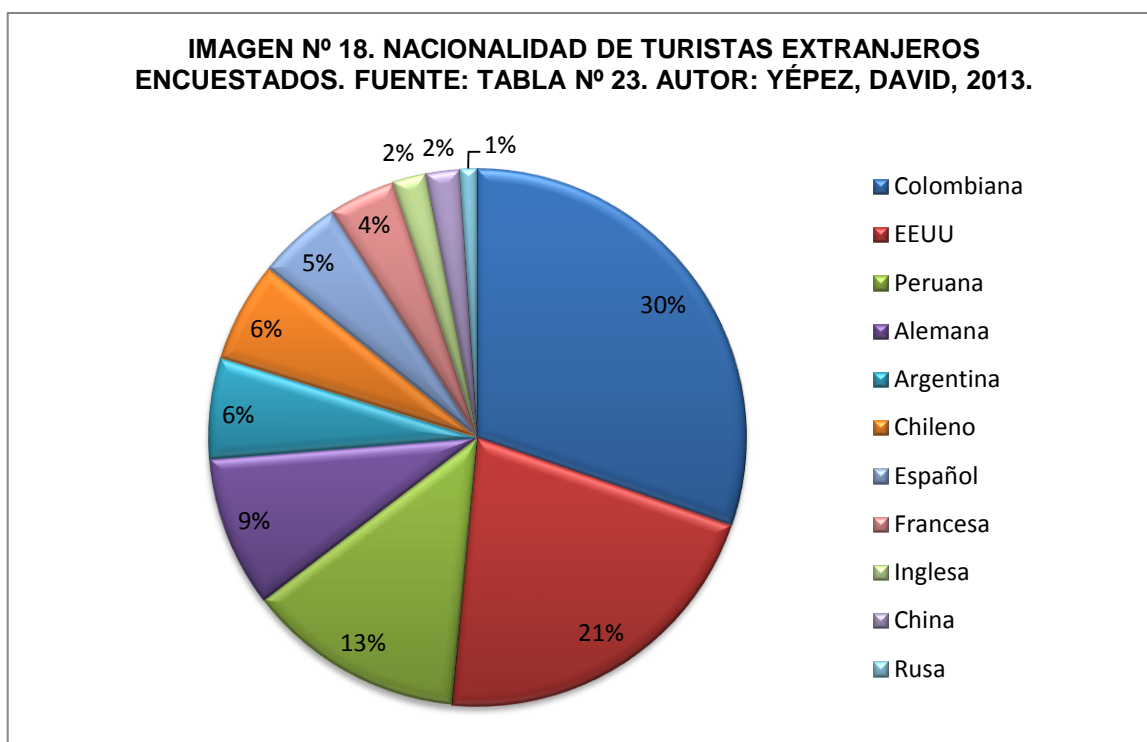
El análisis de la demanda internacional se hizo con la misma encuesta de 12 preguntas planteadas para la demanda nacional, con la diferencia de que se agregó en las preguntas demográficas su nacionalidad, estas fueron elaboradas tanto en inglés como en español, (VER ANEXOS N° 18 y N° 19), y se realizó igualmente de la ciudad de Quito entre los meses de diciembre del 2012 y enero del 2013. Dicho lo expuesto su análisis es el siguiente:

TABLA Nª 23. NACIONALIDAD DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS. FUENTE: ENCUESTA.

AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2013.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
Colombiana	30	30%
EEUU	21	21%
Peruana	13	13%
Alemana	9	9%
Argentina	6	6%
Chileno	6	6%
Español	5	5%
Francesa	4	4%
Inglesa	2	2%
China	2	2%
Rusa	1	1%
TOTAL	99	100%

Pregunta Nª 1: Nacionalidad / Home Country



Interpretación y Análisis.- Según los datos obtenidos en las encuestas realizadas a turistas extranjeros, demuestra claramente que el mercado más idóneo para el desarrollo del proyecto serán los ciudadanos colombianos,

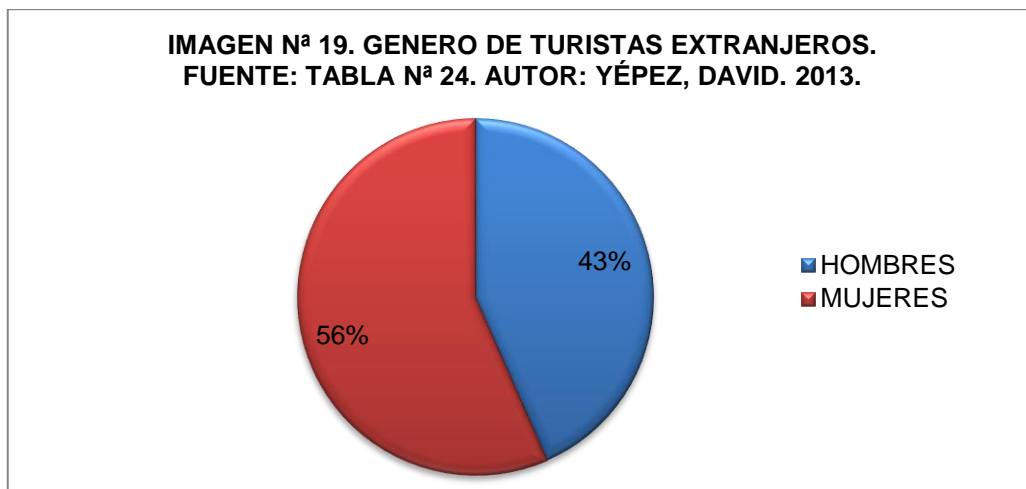
estadounidenses y peruanos, ya que con un 30%, 21%, y 13% respectivamente conforman el mayor porcentaje de viajeros extranjeros, dichos datos concuerdan con los del Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) en su estadística 2012 que aparecen las 3 nacionalidades en el mismo orden como mercado clave para el turismo ecuatoriano.

En cambio el mercado de consolidación del proyecto serán los turistas alemanes con un 9%, chilenos y argentinos con un 6% cada uno y los españoles con un 5%; estos datos discrepan y concuerdan de alguna forma con la estadística 2012 del MINTUR, ya que tanto España como Alemania en las estadísticas de dicho ministerio forman parte del mercado clave y no del de consolidación, no obstante Chile y Argentina si forman parte de dicho mercado. Finalmente con un 4% están los viajeros franceses, con 2% cada uno los turistas ingleses y chinos, y apenas con un 1% los rusos, que serán el mercado de oportunidad del proyecto.

TABLA N° 24. GENERO DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2013.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
Hombres	43	43 %
Mujeres	56	56%
TOTAL	99	100%

Pregunta N^o 2: Género / Gender



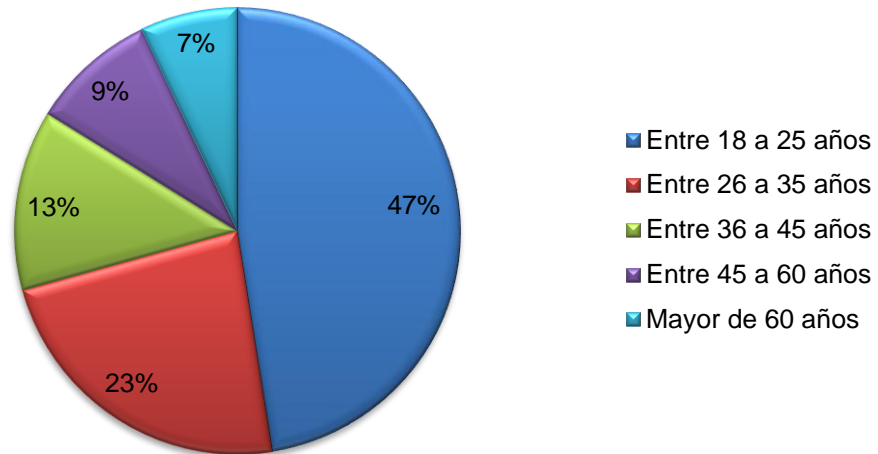
Interpretación y Análisis.- De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas se determinó que el 43% fueron hombres y el 56% fueron mujeres, datos muy similares a los turistas nacionales, con la diferencia que aquí no son personal laboral, sino directamente turistas en su mayor presencia femenina que visitaron diferentes museos de la ciudad de Quito, así como también lugares de alimentación y distracción como restaurantes y bares en el sector de la Mariscal, lugar de la Capital donde existe mayor presencia de turistas extranjeros, razón por la cual fue aprovechada para la realización de las encuestas.

TABLA N^o 25. EDAD DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2013.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
Entre 18 a 25 años	47	47%
Entre 26 a 35 años	23	23%
Entre 36 a 45 años	13	13%
Entre 45 a 60 años	9	9%
Mayor de 60 años	7	7%
TOTAL	99	100%

Pregunta N° 3; Su edad es / Age

IMAGEN N° 20. EDAD DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS. TABLA N° 25.
AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2013.



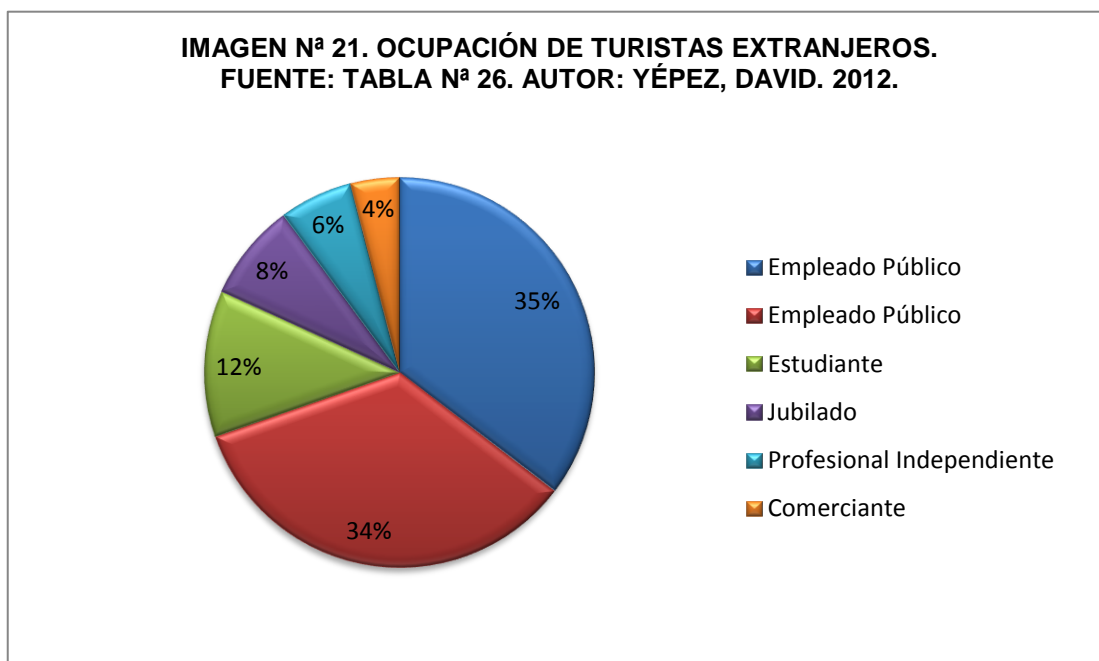
Interpretación y Análisis.- Según las encuestas se determina que la edad predominante es entre los 18 a 25 años representado con un 47%; seguido de la edad comprendida entre los 26 a 35 años que representa el 23%; lo que implicaría que ambas edades vendrían a ser el segmento de mercado clave en cuanto a edad se refiere; por lo tanto se debe diseñar en su mayor parte paquetes turísticos que impliquen actividades en su mayor parte activas y no pasivas; en cuanto a los otros rangos de edad restantes es decir entre los 36 a 45 años que son el 13%, entre los 45 a 60 años que son el 9%, y mayor de 60 años que representan el 7%; serían el mercado de consolidación y de oportunidad demográficamente hablando, lo que implicaría diseñar paquetes de turismo con actividades que no impliquen mayor esfuerzo.

TABLA N° 26. OCUPACION DE TURISTAS EXTRANJEROS. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR:

YÉPEZ, DAVID. 2012.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
Empleado Público	35	35%
Empleado Público	34	34%
Estudiante	12	12%
Jubilado	8	8%
Profesional Independiente	6	6%
Comerciante	4	4%
TOTAL	99	100%

IMAGEN N° 21. OCUPACIÓN DE TURISTAS EXTRANJEROS. FUENTE: TABLA N° 26. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.



Pregunta N° 4: ¿Su ocupación actual es? / Current Occupation

Interpretación y análisis.- Los resultados de las encuestas señalan que el 34% de los encuestados son empleados privados, y el 35% son empleados públicos lo cual se interpretaría que a diferencia de los nacionales en donde la mayor parte eran trabajadores privados, ahora con los extranjeros se ve una mayor ocupación pública con un 35% seguido rápidamente con un 34% los empleados privados; esto obedecería a que en la actualidad en el Ecuador varios

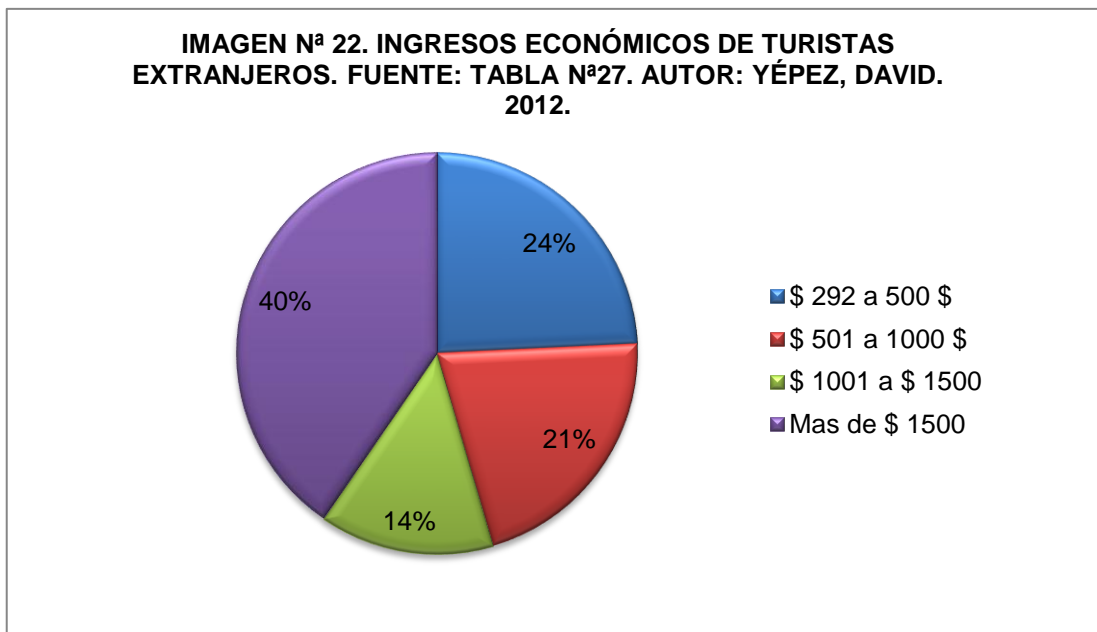
ciudadanos colombianos ya son residentes permanentes en el país y que la mayor parte de ellos ocuparían puestos de trabajo ya sean en instituciones del estado o empresas privadas; en ambos casos se tendrían que realizar diversas promociones del producto a través de un agente de ventas directo que ofrezca los tours como alternativa para paseos a nivel corporativo.

Con un 12% están los estudiantes extranjeros y con un 8% los jubilados que vendrían a ser un mercado de consolidación en donde por medio de las escuelas de idiomas se realizarían las promociones del producto turístico a ofertar al igual que en páginas web especializadas en turismo para la tercera edad; finalmente con un escaso 6% y 4% están los profesionales independientes y comerciantes que de alguna forma serían como un segmento de mercado de oportunidad, puesto que hay gran cantidad de comercio colombiano y peruano en el Ecuador y se podrían realizar algún tipo de promoción a través de sus productos y viceversa.

**TABLA N° 27. INGRESOS ECONÓMICOS DE TURISTAS EXTRANJEROS. FUENTE:
ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.**

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
\$ 292 a 500 \$	24	24%
\$ 501 a 1000 \$	21	21%
\$ 1001 a \$ 1500	14	14%
Mas de \$ 1500	40	40%
TOTAL	99	100%

Pregunta N^o 5: ¿Sus ingresos económicos son? / Monthly Income?



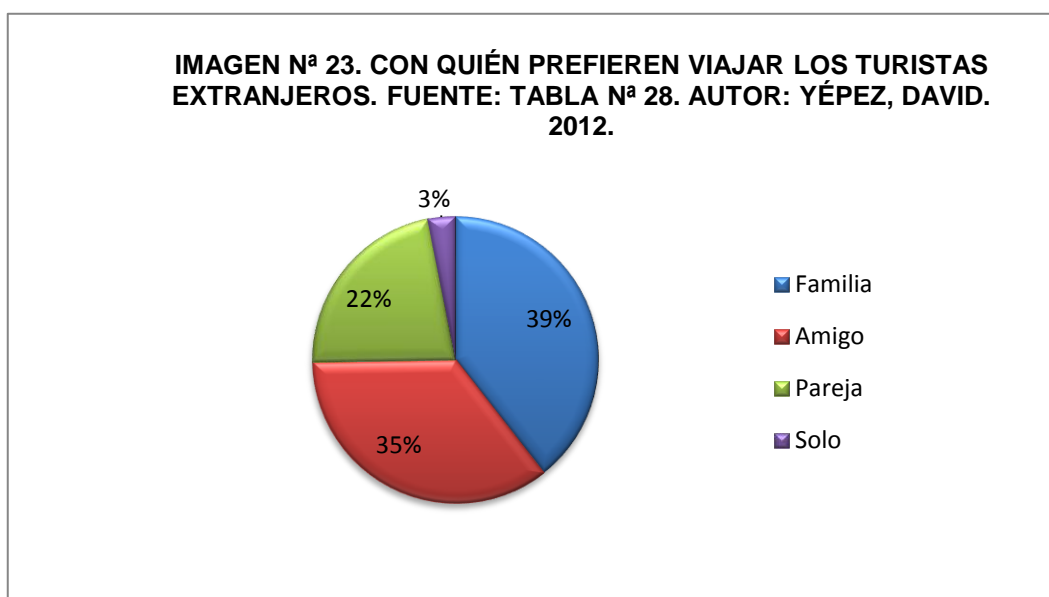
Interpretación y análisis.- A diferencia de los ingresos económicos de los turistas nacionales, se determina que el turista extranjero en un 40% tiene ingresos económicos de más de \$ 1500, esto como consecuencia de la demanda norteamericana y europea de países tales como Alemania, España, Francia, Inglaterra y Rusia, presentes como mercados clave, de consolidación y de oportunidad para el proyecto, ya que en dichos segmentos por lógica sus ingresos económicos son altos, lo que implicaría como tal que el turista extranjero de los mercados mencionados estaría dispuesto a pagar un precio mayor que el turista nacional por un paquete turístico, obviamente para ello se ofertaría mas actividades complementarias al viajero extranjero porque su capacidad de pago es mayor; luego con un 24% y 21% están los extranjeros que perciben ingresos económicos entre los \$ 292 a \$ 500 y \$ 501 a \$ 1000, esto obedece a la gran demanda colombiana, peruana y latinoamericana en general presente en nuestro país; a ellos se ofertaría los paquetes turísticos destinados para nacionales;

finalmente con un 14% están los viajeros que perciben ingresos entre los \$ 1001 a \$ 1500 lo que significaría ofertar paquetes turísticos similares al primer segmento de mercado en cuanto a ingresos económicos se refiere.

TABLA Nª 28. CON QUIÉN PREFIEREN VIAJAR LOS TURISTAS EXTRANJEROS. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
Familia	39	39%
Amigos	35	35%
Pareja	22	22%
Solo	3	3%
TOTAL	91	100%

Pregunta Nª 6: ¿Con quién prefiere viajar? / Whit whom do you prefer to Travel?



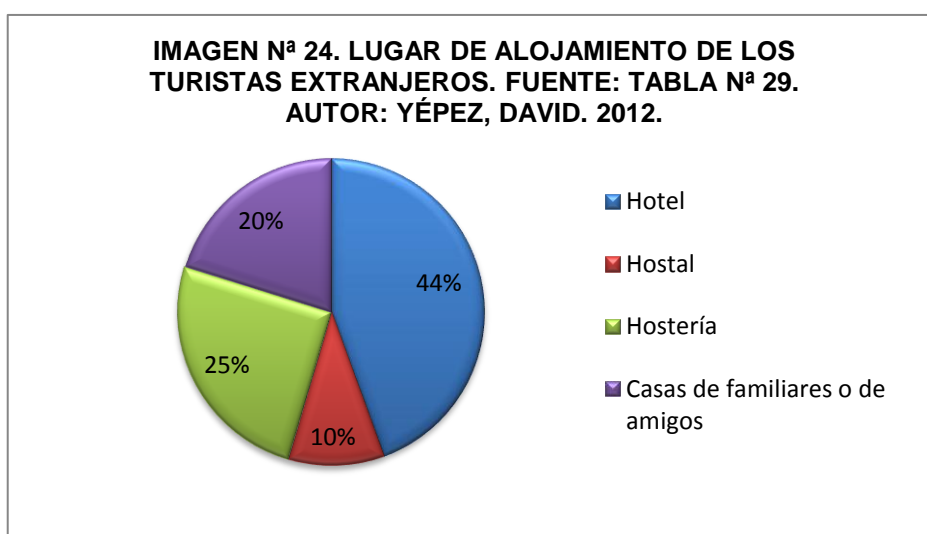
Interpretación y Análisis.- El 39% de los extranjeros encuestados a la hora de viajar prefieren hacerlo con su familia, lo que quiere decir claramente que el producto turístico a ofertar en su mayoría será enfocado al turismo familiar extranjero con actividades recreacionales lúdicas, culturales y educativas; seguido

con un 35% le sigue las personas que prefieren viajar entre amigos, lo que indica también que se deberá elaborar productos turísticos comunitarios enfocados en gente joven con variedad de actividades activas; luego con un 22% están personas que prefieren viajar con su pareja lo que sería una oportunidad para empezar a diseñar ofertas turísticas comunitarias y culturales pero dirigido para parejas; finalmente con un 3% están los que prefieren viajar solos por distintas razones en donde no habría mayor relevancia del producto.

TABLA N° 29. LUGAR DE ALOJAMIENTO DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
Hotel	44	44%
Hostal	10	10%
Hostería	25	25%
Casas de familiares o de amigos	20	20%
TOTAL	99	100%

Pregunta N° 7: ¿Cuándo viaja que tipo de alojamiento prefiere? / When travelling, What kind of lodging do you prefer?



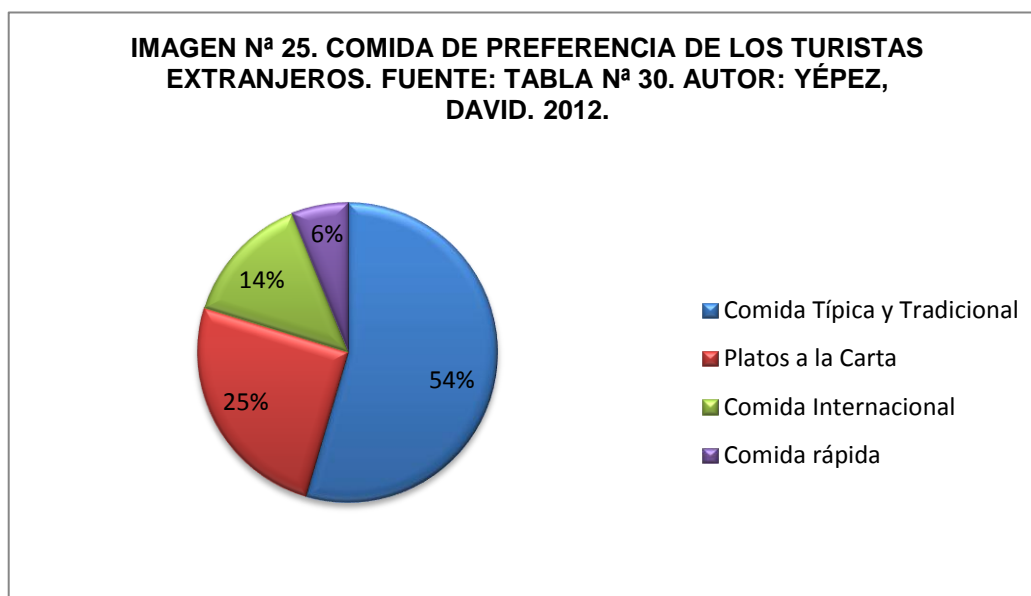
Interpretación y análisis.- De acuerdo con los datos descritos la mayor parte de los turistas extranjeros encuestados a la hora de viajar prefiere alojarse en un hotel con un 44%; mientras que un 25% prefiere alojarse en hosterías, es decir además de pernoctar también prefiere realizar actividades sin salir de su lugar de estancia; un 20% prefiere quedarse en casas de familiares o de amigos que residan en el país, este dato afectaría de alguna forma al proyecto porque implicaría la no utilización de la planta de servicios asumiendo de esta manera que no viajarían por medio de un paquete turístico que dure mas de un día, pero también esto indicaría que es la oportunidad de implementar sitios de alojamiento rural en casas de los habitantes de la comunidad de Sibambe, para que dicha instancia sea similar a la permanencia en casa de algún pariente o amigo.

Finalmente con un 10% están las personas que prefieren alojarse en una hostel, lo que quiere decir que estos centros de alojamiento también formarían parte del servicio de hospedaje que brindaría el servicio del proyecto. En síntesis cualquier tipo de alojamiento que forme parte de la planta de servicios se deberá utilizar en Alausí ya que actualmente en la Parroquia de Sibambe no hay lugares donde hospedarse, lo que implicaría de forma urgente implementar centros de alojamiento comunitario o pensiones en las residencias de los comuneros.

TABLA Nª 30. COMIDA DE PREFERENCIA DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
Comida típica y tradicional	54	54%
Platos a la Carta	25	25%
Comida Internacional	14	14%
Comida rápida	6	6%
TOTAL	99	100%

Pregunta N° 8: ¿Al momento de viajar que tipo de comida prefiere? / When travelling, What kind of food do you prefer?



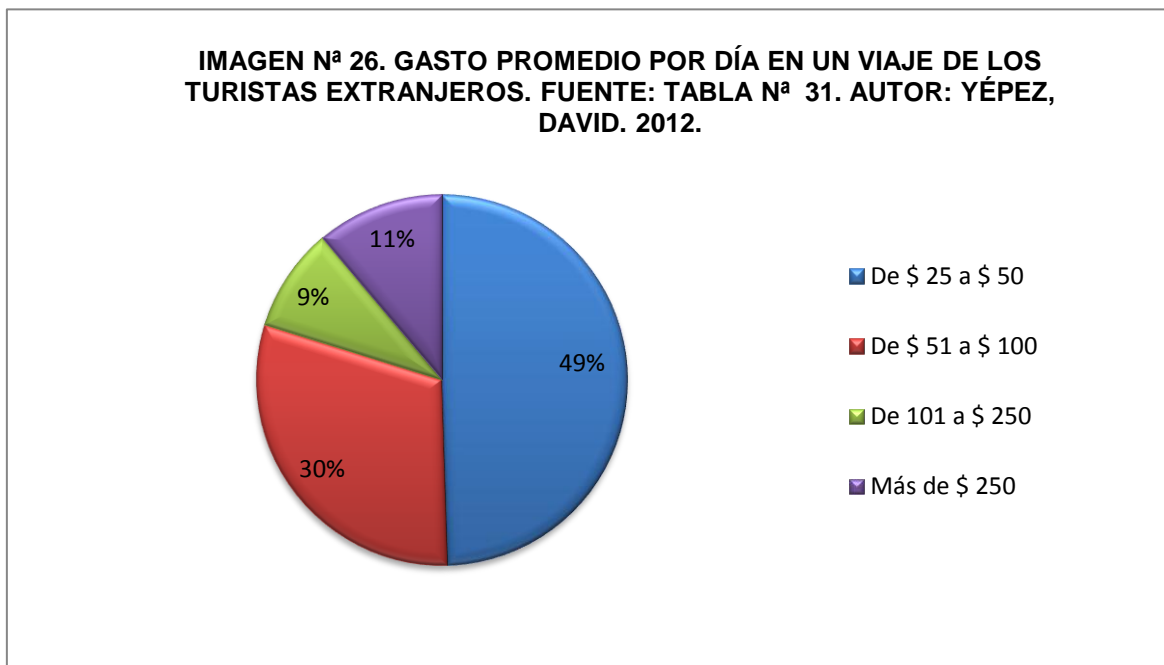
Interpretación y Análisis.- El turista extranjero al igual que el nacional demuestra con un 54% que la comida de su preferencia a lo hora de viajar por el Ecuador es la comida típica y tradicional del lugar que este visite, partiendo de la diferencia que un plato típico es de cada región con sus respectivas variaciones pero forma parte de la cultura, en cambio lo tradicional está arraigado a las costumbres, tradiciones y creencias de cada pueblo; en ambos casos los viajeros extranjeros prefieren ambos tipos de comida lo que implica un potencial para desarrollar un turismo gastronómico en Sibambe y sus alrededores con productos sembrados en sus terrenos; con un 23% sigue las personas extranjeras que prefieren platos a la carta, implicando que estos pueden incluir dentro de su menú comida típica o tradicional dando como resultado la misma opción propuesta anterior; pero en lo que tiene que ver con la comida internacional se demuestra que un significativo 14% preferiría este tipo de alimentación, obligando de esta

manera tener contacto con proveedores de comida internacional como negocios de catering o banquetes para satisfacer a dicha demanda; finalmente con un 6% están los que prefieren comida rápida sin mayor relevancia en lo que alimentación se refiere.

TABLA N° 31. GASTO PROMEDIO POR DÍA EN UN VIAJE DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
De \$ 25 a \$ 50	49	49%
De \$ 51 a \$ 100	30	30%
De 101 a \$ 250	9	9%
Más de \$ 250	11	11%
TOTAL	99	100%

Pregunta N° 9: ¿Cuánto es su gasto promedio en un viaje por día? / When do you travel, how much do you spend per day?



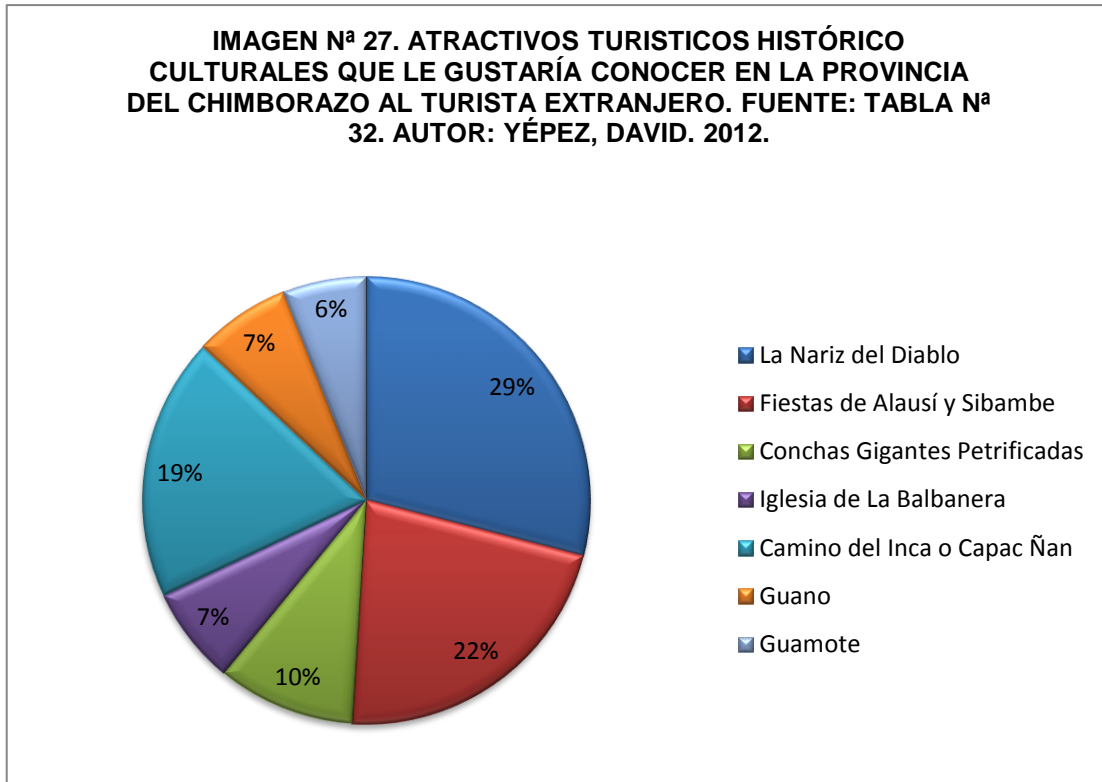
Interpretación y análisis.- Con un 49% de los turistas extranjeros encuestados, es decir casi la mitad de los mismos indican que su gasto promedio

por día en un viaje es entre los \$ 25 a \$ 50, este resultado obedece a la gran demanda colombiana y peruana presente en nuestro país que en cuanto a ingresos y gastos son similares, pero así como también ciertos turistas extranjeros por razones de desconfianza indicarían la mínima cantidad para hacer saber de alguna manera que no cargan mucho dinero con ellos lo que no permitiría contar con datos más reales de su gasto promedio, con el cual se podría llenar ese vacío con el siguiente dato que indica que un 30% gasta entre \$ 51 a \$ 100 por día completando de esta manera un estándar de gasto del viajero extranjero entre los \$25 y \$ 100 por día; no obstante con un 11% y un 9% indican que su gasto por día es de más de \$ 250 y entre los \$ 101 a \$ 250 respectivamente, esto representaría la realidad del gasto en un viaje turístico por día del turista extranjero principalmente de los EEUU y del mercado procedente de Europa.

TABLA N° 32. ATRACTIVOS TURISTICOS HISTÓRICO CULTURALES QUE LE GUSTARÍA CONOCER EN LA PROVINCIA DEL CHIMBORAZO AL TURISTA EXTRANJERO. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
La Nariz del Diablo	28	29%
Fiestas de Alausí y Sibambe	22	22%
Conchas Gigantes Petrificadas	10	10%
Iglesia de La Balbanera	7	7%
Camino de Inca o Capac Ñan	19	19%
Guano	7	7%
Guamote	6	6%
TOTAL	91	100%

Pregunta N° 10: ¿Qué atractivos turísticos histórico culturales le gustaría conocer de la Provincia de Chimborazo? / What kind of Historical and cultural tourist attractions, Would you like to know in Chimborazo Province?



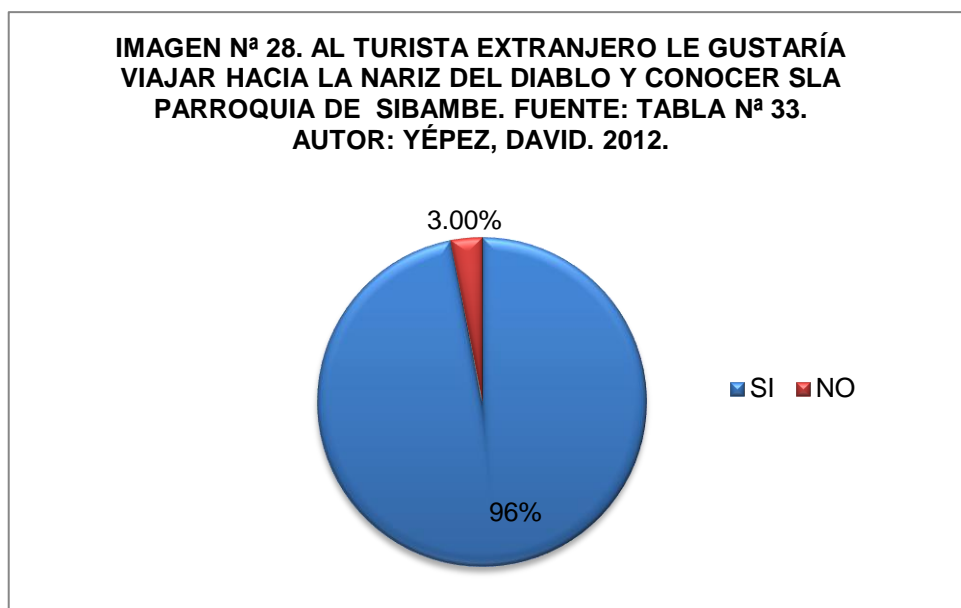
Interpretación y Análisis.- Como se había explicado en la encuesta a turistas nacionales, también aquí se puede observar en el gráfico 7 opciones de respuesta en la pregunta planteada, estas corresponden a los atractivos histórico-culturales que le gustaría conocer al turista internacional en la Provincia del Chimborazo, se escogió dichos sitios porque el objetivo de esta pregunta igualmente es que el encuestado al momento de responder escoja el atractivo turístico que más le interese conocer o le llame la atención entre los 7 atractivos turísticos de categoría cultural más importantes y representativos en dicha provincia, para así al final obtener datos que sirvan para el objetivo del proyecto.

Dicho lo expuesto los resultados muestran que en sus 2 primeras variables se coincide plenamente con los resultados a turistas nacionales ya que un 29% de encuestados extranjeros le gustaría conocer La Nariz del Diablo mientras que a un 22% le gustaría ir a las fiestas de Alausí y Sibambe, estos resultados demuestran claramente el interés por parte del viajero extranjero en viajar conocer y participar en las diferentes actividades que ahí se puedan dar, implicando de esta manera diseñar paquetes de turismo enfocados directamente en dichos atractivos en donde se ofrezcan variedad de actividades comunitarias y culturales y estos puedan disfrutar, satisfacer sus gustos, deseos y necesidades y al mismo tiempo beneficiar a la comunidad de Sibambe generando ingresos económicos y aportando a su revalorización cultural, ya que la Parroquia como tal será conocida y difundida con todas sus manifestaciones culturales; un 19% en cambio nos indica que también les gustaría conocer el Camino del Inca o Capac Ñan, este atractivo sería un complemento ideal para el mercado peruano; a un 10% le gustaría conocer las Conchas Gigantes Petrificadas que si bien están ubicados distantes del área turística propuesta no obstante puede ser una buena opción como complemento sustitutivo de un paquete turístico; finalmente a un 7% cada uno le encantaría conocer Guano y la Iglesia de la Balbanera; y a un 6% le gustaría visitar Guamote; lo cual no tendrían la incidencia del caso en el diseño de paquetes turísticos a proponer.

TABLA N° 33. AL TURISTA EXTRANJERO LE GUSTARÍA VIAJAR HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y CONOCER SIBAMBE UNA PARROQUIA CERCANA AL SITIO. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
Sí	96	96%
No	3	3%
TOTAL	99	100%

Pregunta N° 11: ¿Le gustaría viajar en tren hacia la Nariz del Diablo y conocer Sibambe una parroquia cercana al sitio con riqueza natural y cultural? / Would you like to travel by train to the Devil's Nose and do you know Sibambe a parish near the site with natural and cultural richness?



Interpretación y Análisis.- El resultado obtenido por parte de los encuestados extranjeros indican que a un 96% le gustaría viajar hacia la Nariz del Diablo y conocer la Parroquia Rural de Sibambe, esto nos dice claramente el interés por parte de los turistas extranjeros en conocer dichos atractivos turísticos, lo que claramente implicaría que el proyecto tendría viabilidad de aceptación por

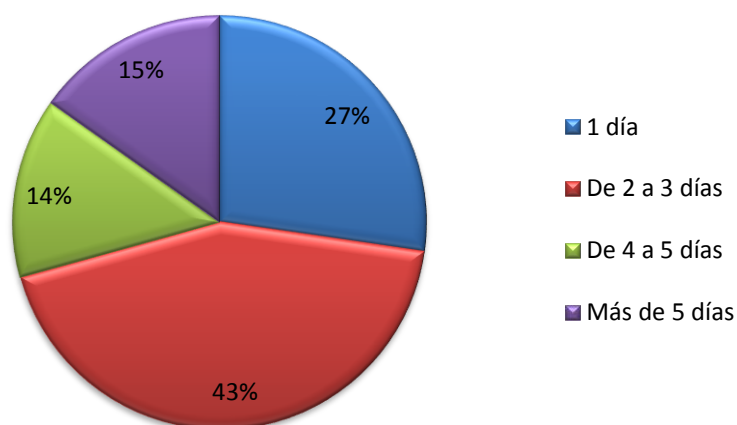
parte del viajero extranjero, ya que apenas el 3% indica que no tendría el interés respectivo lo cual representa un dato irrelevante para el diseño del proyecto en sí.

TABLA Nª 34. AL TURISTA EXTRANJERO CUANTO TIEMPO LE GUSTARÍA QUEDARSE SI VIAJARA EN UN PAQUETE TURISTICO HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y SIBAMBE.

FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
1 día	27	27%
De 2 a 3 días	43	43%
De 4 a 5 días	14	14%
Más de 5 días	15	15%
TOTAL	91	100%

IMAGEN Nª 29. AL TURISTA NACIONAL CUANTO TIEMPO LE GUSTARÍA QUEDARSE SI VIAJARA EN UN PAQUETE TURISTICO HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y SIBAMBE. FUENTE: TABLA Nª 34. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.



Pregunta Nª 12: ¿Sí viajara en tren hacia La Nariz del Diablo y Sibambe en un paquete turístico donde le ofrezcan varias actividades cuánto tiempo le gustaría quedarse? / If traveling by train toward the nose of the Devil and Sibambe on a package tour where you offer several activities how long you would like to stay?

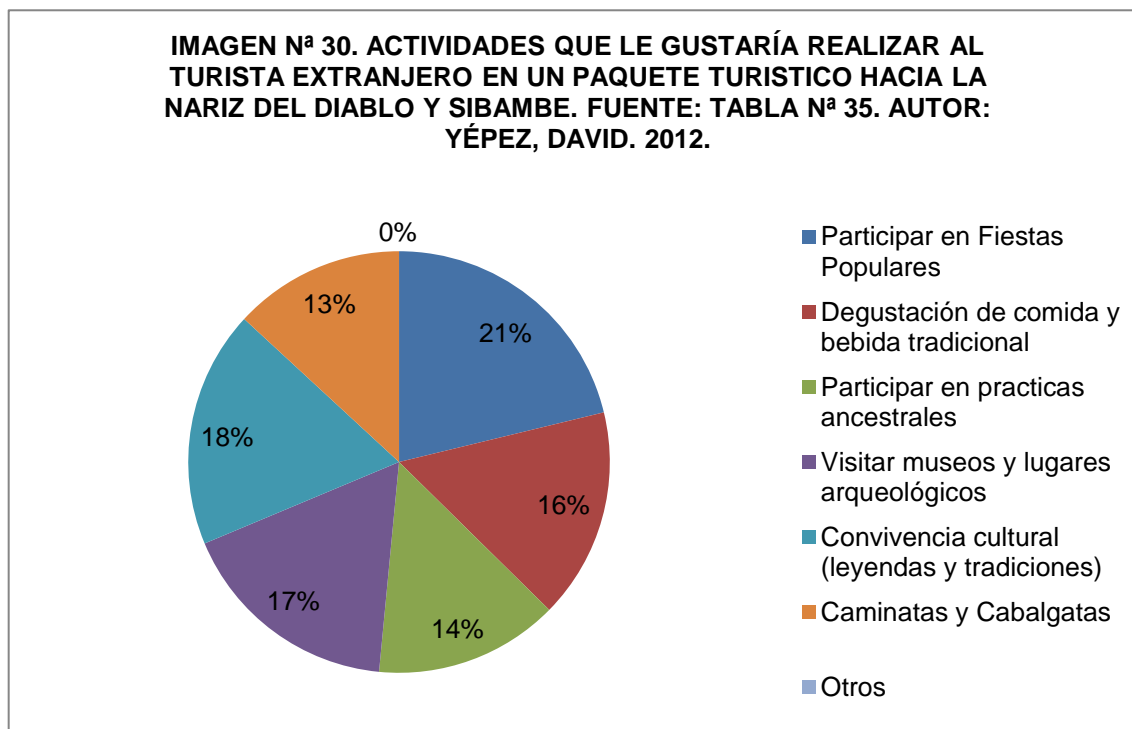
Interpretación y Análisis.- Con un 43% la mayor parte de turistas extranjeros encuestados indica que cuando viaje a La Nariz del Diablo y Sibambe le gustaría quedarse entre 2 a 3 días, lo cual es un buen resultado para que La Parroquia Rural de Sibambe a través de un paquete turístico sea conocida por el viajero extranjero y este logre disfrutar de varias actividades en pocos días, ya que sería el tiempo prudencial para poder abarcar en su mayoría los atractivos meta a conocer que aporten a la revalorización cultural de Sibambe a lo largo de la Ruta Férrea Nariz del Diablo; en cambio a un 27% de extranjeros tan solo le gustaría quedarse un día si viajara a la Nariz del Diablo y Sibambe, lo cual sería un serio limitante para poder establecer el objetivo propuesto de revalorizar a la Parroquia de Sibambe por medio de paquetes turísticos culturales y comunitarios ya que en un día solo se realizaría el recorrido en tren hacia la Nariz del Diablo tomando en cuenta que el viaje desde Quito a Alausí es de 5 horas y no habría más tiempo para hacer mayor actividades; pero dicho limitante se podría cubrir claramente con los turistas extranjeros que le gustaría quedarse de 4 a 5 días y más de 5 días ya que con un 14% y 15% respectivamente, nos permitiría diseñar paquetes turísticos amplios con mayor número de actividades complementarias como poder incluir ecoturismo, agroturismo o algo de aventura.

TABLA Nª 35. ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR AL TURISTA EXTRANJERO EN UN PAQUETE TURISTICO HACIA LA NARIZ DEL DIABLO Y SIBAMBE. FUENTE: ENCUESTA.

AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.

VARIABLES	# DE ENCUESTADOS	%
Participar en Fiestas Populares	21	21%
Degustación de comida y bebida tradicional	16	16%
Practicar en practicas ancestrales	14	14%
Visitar museos y lugares	17	17%

arqueológicos		
Convivencia cultural (leyendas y tradiciones)	18	18%
Caminatas y Cabalgatas	13	13%
Otros	0	0%
TOTAL	99	100%



Pregunta Nª 13: De las siguientes actividades cuáles le gustaría a Ud. que se incluya dentro de un paquete turístico cultural hacia la Nariz del Diablo y Sibambe? / The following activities which you would like to be included within a cultural tourist package toward the Devil's Nose and Sibambe?

Interpretación y Análisis.- El gráfico estadístico muestra claramente que al turista extranjero si viajara en un paquete turístico hacia la Nariz del Diablo y Sibambe le gustaría participar en fiestas populares con un 21%; luego con un 18% le gustaría una convivencia cultural con la comunidad; a un 17% visitar museos y lugares arqueológicos; mientras a un 16% degustar comida y bebida tradicional; y no muy distante con un 14% y 13% le gustaría participar en prácticas

ancestrales y realizar caminatas o cabalgatas respectivamente. Como se observa la diferencia entre un resultado y otro es mínima lo que se deduce que al igual que el turista nacional el viajero extranjero al viajar al área turística indicada este tendrá interés de alguna u otra manera por todas las actividades propuestas con sus respectivas preferencias del caso, pero lo importante es que la encuesta demostró que tranquilamente se pueden diseñar paquetes turísticos comerciales con todas las actividades indicadas dentro de un itinerario acorde a las mismas satisfaciendo las necesidades y expectativas de los posibles clientes.

Perfil del turista extranjero.- El perfil del cliente extranjero para la realización del proyecto es el siguiente: en cuanto a su nacionalidad es muy heterogéneo en su mayoría latinoamericanos teniendo como principal emisor a Colombia y Perú de igual forma el turista anglosajón está presente con los EEUU, que es el segundo emisor de turistas; el viajero europeo es muy importante para la consolidación del proyecto con turistas procedentes de Alemania y España, no obstante también hay un perfil asiático mínimo con turistas de China; en cuanto a género su mayoría son mujeres pero con un importante número de viajeros masculinos que en su mayor parte lo conforman los jóvenes de entre 18 a 35 años de edad profesionales y estudiantes que trabajan dependientemente en instituciones públicas y privadas con ingresos económicos medios y altos que oscilan entre los \$ 500 a más de \$ 1500; que prefieren viajar en familia y amigos para hospedarse en hoteles y hosterías en donde le ofrezcan comida típica y tradicional del lugar donde se encuentre; con precios que oscilen entre los \$25 a \$ 100 diarios. Cuando este visite hacia la Provincia del Chimborazo le gustaría conocer La Nariz del Diablo y sus alrededores como la Parroquia Rural de Sibambe en un viaje que

dure de 2 a 3 días; en donde le encantaría participar en fiestas populares de la zona, y convivir brevemente con la comunidad para obtener conocimiento de sus leyendas, tradiciones, practicas ancestrales, comida y bebida tradicional, así como también visitar otros atractivos del área turística como museos y lugares de naturaleza en donde pueda realizar caminatas, cabalgatas y algo de aventura.

3.2. **Proyección de la Demanda Potencial.**- Para la proyección de la demanda potencial tanto de turistas nacionales como extranjeros se utilizó la tasa anual de crecimiento turístico durante el año 2012, que de acuerdo al Viceministro de Turismo del Ecuador (MINTUR) Luis Falconí en una entrevista radial en enero 17 del 2013 fue del 12%. (<http://www.ecuadorinmediato.com/>).

Ahora según Ferrocarriles Ecuatorianos Empresa Publica (FEEP), indica que los turistas que viajaron hacia la Nariz del Diablo a través de un paquete turístico durante el año 2011 fueron de 11243 viajeros, de los cuales 1125 fueron nacionales y 10118 fueron extranjeros. Dicho lo expuesto y con estos datos aplicando la fórmula del interés compuesto se calcula la demanda potencial para los próximos 5 años de la siguiente manera: **Fórmula: $C_o = C_n(1 + i)^n$**

C_o = año a proyectar (2012-2016)

C_n = demanda actual: turistas nacionales (1125) y turistas extranjeros (10118)

i= Tasa Anual de Crecimiento Turístico año 2012= (12%)

n= año a proyectarse (1-5)

TABLA N° 36. PROYECCIÓN DEMANDA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013						
Año	Extranjeros		Nacionales		Total Demanda Actual	Total Demanda potencial
	Demanda Actual	Demanda Potencial	Demanda Actual	Demanda Potencial		
2011	10118	9714	1125	1125	11243	10839
2012	11333	10880	1260	1260	12593	12140
2013	14217	13649	1581	1581	15798	15230
2014	19974	19176	2222	2222	22196	21398
2015	31430	30173	3497	3497	34927	33670
2016	55391	53176	6163	6163	61554	59339

3.3. **Análisis de la proyección de la demanda.-** Se establece la demanda potencial haciendo la relación entre los datos históricos reales del año 2011 proporcionado por Ferrocarriles Ecuatorianos Empresa Pública (FEEP), y a través del resultado que se obtuvo en la encuesta por medio de la pregunta número 10 y 11 para turistas nacionales y extranjeros respectivamente.

Dicha relación se aplicó restando de la demanda actual proyectada el porcentaje de aceptación dada en la pregunta indicada, para obtener así la demanda potencial tanto para nacionales como extranjeros.

La pregunta de la encuesta concretamente indicaba a los encuestados si le gustaría conocer La Parroquia Rural de Sibambe cuando viajara en tren a la Nariz del Diablo; el porcentaje de aceptación fue del 100% por parte de los encuestados nacionales, haciendo la relación con los datos reales de FEEP implicaría que los 1125 turistas nacionales que viajaron en tren hacia la ruta Nariz del Diablo durante el año 2011 por medio de un paquete turístico le gustaría conocer La Parroquia de Sibambe.

En cambio a un 96% de extranjeros encuestados indicó su respuesta positiva en la pregunta y relacionado de la misma manera se tendría que 10880 turistas

extranjeros que viajaron durante el año 2011 en tren a la Nariz del Diablo en un paquete turístico, también le gustaría también conocer La Parroquia Rural de Sibambe.

3.4. Proyección de la Demanda en Función de la Oferta.-

TABLA Nº 37. CÁLCULO DE LA DEMANDA INTERNACIONAL EN FUNCIÓN DE LA OFERTA. FUENTE; GALARZA, CARLOS. P. 10. 2011. AUTOR: YÉPEZ DAVID, 2013	
Total Ingreso de Turistas a La Ruta Nariz del Diablo Año 2011 (Demanda Total o Primaria)	
	35601
Total Ingreso de Turistas a La Ruta Nariz del Diablo por intermediación turística Año 2011 (Demanda Potencial)	
	11243
Nº de alojamientos en Alausí y Sibambe	
	20
Habitación Promedio de los lugares de alojamiento en Alausí y Sibambe	
	12
Rotación de Habitación promedio de los lugares de alojamiento en Alausí y Sibambe	
	398,4
Total Alojados en Alausí y Sibambe	
	7968
Demanda Selectiva.	
	3275
% de Participación en el mercado	
	9.20
Demanda Insatisfecha	
	301

Explicando la tabla anterior partimos de la información proporcionada por la Gerencia Regional Sur de Ferrocarriles Ecuatorianos Empresa Pública, que indicó que el total de visitantes que recibió la Nariz del Diablo durante el año 2011 fueron de 35601 visitantes que vendría a ser la demanda total o primaria del sector, de los cuales viajaron a través de un paquete turístico durante el año 2011 un total

de 10118 viajeros internacionales y 1125 nacionales dando una totalidad de 11243 viajeros, que vendrían a ser la demanda potencial.

Según los datos que proporcionó El Servicio de Información y Atención al Turista de Alausí (ITUR), existen registrados en el Cantón Alausí hasta el año 2011 un total de 19 lugares de alojamiento (VER TABLAS N° 4-7), a esto se suma actualmente el Hotel llamado El Refugio del Tren ubicado en la Estación del Tren de Sibambe con 15 habitaciones, lo que daría un total de 20 lugares de alojamiento, que sumadas todas sus habitaciones, da como resultado una habitación promedio de 12, y una rotación de habitación mensual promedio de 32.20, que multiplicado por la habitación promedio es decir 12, dará como resultado una rotación de habitación anual de 398.40; este resultado multiplicado por el número de alojamientos existente es decir 20, se tendrá como resultado 7968 turistas nacionales y extranjeros alojados en el Cantón Alausí.

Ahora para obtener la demanda selectiva se obtiene de la resta de la demanda potencial es decir 11243 turistas, menos el total de alojados en Alausí y Sibambe 7968, lo que da como resultado 3275 viajeros. El porcentaje de participación en el mercado se obtiene con la siguiente fórmula:

$$\% \text{ participación mercado} = (\text{demanda selectiva} / \text{demanda primaria}) * 100$$

Reemplazando datos se tendría: **% participación en el mercado** = $(3275 / 35601) * 100 = 9.20 \%$; finalmente la demanda insatisfecha se determina por la siguiente fórmula: **Demanda insatisfecha = % de participación en el mercado / 100 * demanda selectiva.**

Reemplazando los datos tenemos: $3275 * 0.092 = 301$ **turistas insatisfechos**

CAPITULO IV

DESARROLLO DEL PROYECTO

4.0. Introducción.- El turismo es la industria más grande del mundo, crece a un ritmo del 4% anual, representa más del 10% de todo el empleo y el 11 % del Producto Interno Bruto mundial. La demanda turística mundial es creciente (4 a 5 % anual), se prevé que el valor total de los viajes de turismo aumentarán a 1.600 millones de dólares en el 2.020. (Organización Mundial del Turismo OMT, 2005. p. 50).

El turismo rural crece a un ritmo del 15% anual, su promoción contribuye a mejorar la calidad de vida de los pobladores involucrados en éste tipo de oferta turística. En cambio el turismo comunitario representa una opción de desarrollo sostenible con la triple finalidad de complementar las fuentes de ingreso, preservar los recursos naturales y emprender procesos de afirmación de identidad y revitalización de los valores culturales en las zonas rurales.²⁵

A diferencia del turismo convencional un turismo que aporte a la revalorización cultural de los pueblos de una nación es una experiencia auténtica basada en el contacto con la naturaleza, la gente y su cultura, permitiendo un intercambio cultural verdadero entre comunidad anfitriona y viajeros visitantes, y que ambos puedan beneficiarse de una manera sostenible en donde el ambiente no se vea afectado, económicamente la población anfitriona tenga un ingreso

²⁵ WWF España. 2011. *Directrices para el Desarrollo del Turismo Comunitario*. Madrid. Editorial Ibrica S.A. P. 88.

adicional, y socialmente puedan compartir un intercambio de culturas, sin afectar el entorno cultural y social de la comunidad visitada, permitiendo que su población sea conocida a través de la actividad turística por quienes la visitaron y compartieron, y que estos visitantes difundan a otros turistas la satisfacción de su viaje en aquel lugar, logrando así un aporte a la revalorización cultural con su entorno natural y social en una determinada comunidad.

Por ello el presente proyecto será la creación de una operadora turística que diseñe y comercialice paquetes de turismo hacia la Parroquia Rural de Sibambe, que en la actualidad es poco conocida con su entorno natural y sociocultural por la mayor parte de turistas nacionales como extranjeros que viajan en tren hacia la Ruta Nariz del Diablo. A través de dichos paquetes se logrará captar la atención y el interés de los potenciales clientes que viajan en dicha ruta del tren, con servicios y actividades diferentes como por ejemplo que el turista tenga la oportunidad de alquilar una casa rural para alojarse con su familia o amigos y poder convivir por unos días el diario vivir de sus pobladores.

A medida que la actividad turística que se vaya desarrollando en la Parroquia Rural de Sibambe, también la comunidad con su entorno natural y sociocultural se irán revalorando paulatinamente, porque los turistas que vayan llegando a la parroquia, contribuirán a difundir de forma positiva los servicios y actividades que ahí realizaron, lógicamente para lograr aquello se tendría previamente a una comunidad capacitada turísticamente que brinde un servicio de calidad para satisfacción de los turistas.

4.1. Objetivo general del proyecto.- Crear una operadora de turismo que diseñe, promocióne y comercialice paquetes de turismo rural, cultural, gastronómico y comunitario que aporten a la revalorización cultural de La Parroquia Rural de Sibambe con su entorno natural y social a lo largo de la Ruta Férrea Nariz del Diablo.

4.2. Objetivos específicos del proyecto:

- Diseñar paquetes de turismo rural, cultural, gastronómico y comunitario que aporten a la revalorización cultural de Parroquia Rural de Sibambe y su entorno a lo largo de la ruta férrea Nariz del Diablo.
- Crear una operadora de turismo de economía mixta con el apoyo del Gobierno Autónomo Parroquial Rural de Sibambe y su comunidad
- Desarrollar políticas de cooperación con La Junta Parroquial de Sibambe y su comunidad para la gestión de trámites legales que impliquen la creación y puesta en marcha de una operadora turística de economía mixta.

4.3. Justificación del Proyecto.- Un concepto moderno de patrimonio cultural incluye no solo los monumentos y manifestaciones del pasado (sitios y objetos arqueológicos, arquitectura colonial e histórica, documentos y obras de arte), sino también lo que se llama patrimonio vivo; las diversas manifestaciones de la cultura popular (indígena, regional, popular, urbana, rural), las poblaciones o comunidades tradicionales, las lenguas indígenas, las artesanías y artes

populares, la indumentaria, los conocimientos, valores, costumbres, fiestas y tradiciones, características de un grupo o cultura.²⁶

El Turismo es un factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad, por ende la actividad turística se organizará de modo que permita la supervivencia, revalorización y el florecimiento de la producción cultural y artesanal tradicional, así como del folklore, y que no conduzca a su normalización y empobrecimiento de las comunidades. (<http://www.unwto.org/>).

En el marco de estos principios de desarrollo sustentable del turismo, el proyecto tendrá como prioridad la revalorización del patrimonio e identidad cultural de la Parroquia Rural de Sibambe por medio de la actividad del turismo.

Para ello obligatoriamente se tendría que crear una operadora de turismo para poder diseñar, promocionar y comercializar paquetes turísticos con servicios y actividades en la Parroquia Rural de Sibambe, con una gestión participativa entre la tour operadora, su comunidad como principal anfitrión, prestadores de servicios turísticos tales como alojamiento, alimentación, guianza, distracción y esparcimiento, entre otros, en donde dichos servicios y actividades involucre en primera instancia a su comuneros parroquiales, por ejemplo que estos puedan alquilar sus casas para ofrecer alojamiento rural al turista con servicios de alimentación como desayuno, almuerzo y merienda, o en sus camionetas de

²⁶ Mathieson, Aliester. *et. al.* 2006. *Turismo. Repercusiones económicas, físicas y sociales.* México. Editorial Trillas. P. 220.

trabajo guiar y transportar a los turistas hacia atractivos turísticos cercanos a la localidad, una parte fundamental de las actividades a realizarse en la parroquia será que los viajeros visitantes puedan hacer una convivencia social y cultural con su comunidad, por ejemplo que estos tengan la experiencia de ordeñar al ganado, sembrar y cosechar productos en los terrenos de los comuneros, entre otras labores de su diario vivir, así como también conocer acerca de sus leyendas, tradiciones, y en época de sus festividades poder participar de sus juegos tradicionales y demás manifestaciones culturales que ahí se den.

El aporte en sí que dará la operadora turística para la revalorización cultural de la Parroquia Rural de Sibambe de forma sostenible, será que por medio del turismo la parroquia sea conocida y revalorada con su entorno natural y sociocultural por la mayor parte de turistas nacionales y extranjeros que viajan en tren hacia la Nariz del Diablo, generando así una actividad turística en su localidad, que contribuirá a la difusión y motivación a otros turistas a adquirir dichos paquetes hacia Sibambe, implicando mayores ingresos para la comunidad, respetando y compartiendo con su naturaleza y cultura.

Esto será el principio para poder desarrollar un turismo rural que contribuya al desarrollo local y sostenible de La Parroquia Rural de Sibambe a lo largo de la Ruta Férrea Nariz del Diablo, aportando de esta manera a su revalorización cultural, al mejoramiento económico y social de esta comunidad poco conocida por los turistas que viajan en dicha ruta del tren.

4.4. Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) del Proyecto.- Mediante las fichas de observación, entrevistas y encuestas que se realizaron a lo largo de la investigación, se hará un análisis lógico con cada una de ellas, para encontrar las fortalezas y debilidades que vendrían a ser los factores internos, mientras que las oportunidades y amenazas serían los factores externos del proyecto a crearse.

De dichas relaciones lógicas que se puedan dar entre los diferentes puntos del análisis Foda, se sacarán diferentes opciones de estrategias en donde posteriormente se las valorará de acuerdo a la realidad existente y la experiencia obtenida en la investigación realizada, y las más idóneas serán las estrategias a seguir para la conformación de la operadora de turismo y su posterior funcionamiento; así como también se podrán establecer las dificultades, necesidades, actividades y resultados esperados que demandarán la creación de la tour operadora.

Dichas relaciones se las realizará de la siguiente manera: La relación Fortaleza-Oportunidad (FO) se consideran las variables (Maxi- Maxi) porque se busca maximizar ambos factores; en cambio al relación debilidad- oportunidad (DO) son las variables (Mini- Maxi) en donde se busca minimizar las debilidades maximizando las oportunidades; la relación fortaleza-amenaza (FA) serán las variables (Maxi-Mini) que busca maximizar las fortalezas y minimizar las amenazas; finalmente la relación debilidad- amenaza (DA) son las variables (Mini-Mini) ya que se busca minimizar ambos factores. Dicho lo expuesto el análisis Foda es el siguiente:

TABLA Nº 38. ANALISIS FODA DEL PROYECTO. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013.

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS:</p> <p>F1 Buenas vías de acceso hacia la Parroquia Rural de Sibambe.</p> <p>F2 Excelente ubicación geográfica entre Costa y Sierra con favorables condiciones climáticas.</p> <p>F3 Alrededor de 30000 personas son partícipes de las fiestas de Santiago de Sibambe celebradas en el mes de julio de todos los años.</p> <p>F4 Cercanía al atractivo turístico de gran interés internacional como la Ruta férrea Nariz del Diablo</p> <p>F5 Interés en la comunidad de Sibambe por involucrarse en actividades turísticas de la zona.</p> <p>F6. Sitios con gran potencial turístico de jerarquía II y III en los alrededores de Sibambe.</p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES:</p> <p>D1 Escasa difusión y promoción turística de la Parroquia Sibambe a nivel local, nacional e internacional.</p> <p>D2 Escasa capacitación turística a la población de Sibambe para emprender proyectos turísticos sostenibles.</p> <p>D3 No existen lugares de alojamiento en la Parroquia Rural de Sibambe.</p> <p>D4 No existe cobertura de internet en la Parroquia Rural de Sibambe.</p> <p>D5 Escasos acuerdos entre las instituciones públicas, privadas y comunitarias para emprender proyectos turísticos hacia Sibambe.</p> <p>D6 Transporte solo en camionetas o camiones hacia la Parroquia Rural de Sibambe con horarios limitados.</p>
<p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>O1 Programa de capacitación turística del Ministerio de Turismo en competencias laborales, así como también el acuerdo firmado de vinculación con la comunidad entre la Universidad Iberoamericana del Ecuador y la Junta Parroquial de Sibambe.</p> <p>O2 Declaratoria del sistema ferroviario como Patrimonio Cultural del Ecuador.</p> <p>O3 Sistema férreo rehabilitado en su totalidad.</p> <p>O4 Propuestas de nuevas rutas turísticas en la Provincia del Chimborazo.</p> <p>O5 Apoyo gubernamental que ayudan al desarrollo social económico y turístico como la Junta Parroquial de Sibambe.</p> <p>O6 Facilidades de las líneas de crédito públicas y privadas como las del Banco Nacional de Fomento.</p>	<p style="text-align: center;">AMENAZAS:</p> <p>A1 Bajo aprovechamiento de los recursos asignados al gobierno local para el sector turístico.</p> <p>A2 Deterioro del patrimonio natural y cultural.</p> <p>A3 Pérdida de manifestaciones y expresiones culturales producto de la aculturización</p> <p>A4 Fenómenos naturales.</p> <p>A5 Inestabilidad política y social.</p> <p>A6 Inseguridad nacional.</p>

TABLA N° 39. ESTRATEGIAS FODA PARA EL PROYECTO. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013

<p>ESTRATEGIAS FO (MAXI MAXI)</p>	<p>ESTRATEGIAS DO (MINI MAXI)</p>
<p>F1 F2 F3 F6 O4.- El país cuenta con vías de acceso y señalización de buen nivel, esta ventaja debe ser aprovechada al máximo en la Provincia del Chimborazo concretamente en la Parroquia Rural de Sibambe, ya que esta localidad al tener una excelente ubicación entre la Región Costa y Sierra ecuatoriana, se tendría que integrar como nuevo atractivo turístico de tipo rural, para ello será necesario crear una tour operadora que diseñe, promocióne y comercialice a Sibambe como nuevo producto turístico rural a los turistas que viajan en tren hacia La Nariz del Diablo, con diversos servicios y actividades como por ejemplo que los viajeros puedan alojarse en las casas de sus comuneros y compartir el diario vivir con la comunidad, o en sus fiestas populares que se celebra cada año el 25 de julio no solo ser un espectador sino que el turista participe de sus expresiones culturales, así como también conocer atractivos potenciales de tipo natural existentes en sus alrededores que resalten en lo alto el nombre de la parroquia como nuevo atractivo del destino turístico regional Sierra Centro.</p> <p>F4 O2 O3.- La Parroquia Rural de Sibambe esta a escasos 12.5 km de la Ruta Férrea Nariz del Diablo que es considerado como Patrimonio Cultural del Ecuador, con esta declaratoria y con la rehabilitación de la línea férrea ecuatoriana, se tendrían que realizar acciones de promoción turística hacia Sibambe a través del ferrocarril como complemento innovador de tours hacia la Nariz del Diablo.</p> <p>F5 O5 O1 O6.- Con el apoyo gubernamental del Gobierno Autónomo Descentralizado de Sibambe dentro de sus competencias y el interés de su comunidad en participar de proyectos turísticos como una tour operadora se logrará crear una operadora turística de economía mixta en la que tanto empresa pública como, comunidad y personas naturales lleguen a acuerdos para su creación; de la misma forma a través del Ministerio de Turismo del Ecuador, se capacitará a la comunidad de Sibambe para tener guías nativos en la comunidad y esta logre así obtener competencias turísticas. Se fortalecerá el crecimiento gradual de la operadora a través del crédito público por medio del Banco Nacional de Fomento</p>	<p>D1 O2 O3 O4.- La estación del tren de llegada de la ruta Nariz del Diablo lleva el nombre de Estación de Sibambe, esto sería razón suficiente para empezar a promocionar la Parroquia Rural de Sibambe como tal, por ejemplo dentro de las nuevas propuestas turísticas de la Provincia de Chimborazo se tendría que incluir en un tour la visita a la Parroquia de Sibambe antes o después de hacer el recorrido de ruta Nariz del Diablo, para que el turista realice un turismo rural en la localidad; en síntesis se tendría que aprovechar la totalidad de la rehabilitación del sistema ferroviario en especial en la ruta Alausi-Sibambe.</p> <p>D2 O1.- Se tendría que aprovechar las capacitaciones que brinda el Ministerio de Turismo a las comunidades que emprenden proyectos turísticos sostenibles y de la misma forma aprovechar el acuerdo firmado entre la Junta Parroquial de Sibambe y La Universidad Iberoamericana del Ecuador en materia de vinculación con la comunidad, para que a través de ella se brinde también más capacitaciones a la comunidad rural de Sibambe en aspectos complementarios que implican la actividad turística como por ejemplo la calidad y la cultura de servicio al cliente.</p> <p>D3 D4 D5 D6 O5 O6.- Aprovechando el apoyo gubernamental que la constitución del Ecuador les faculta a los gobiernos locales tal es el caso de la Junta Parroquial de Sibambe y las facilidades de líneas de crédito con entidades públicas, se tendría que realizar de forma urgente la implementación de lugares de alojamiento a través de créditos con bajos intereses y sin trámites complicados para ello el gobierno seccional de Sibambe tendría que ampliar sus relaciones con entidades propias del estado, privadas y con la comunidad en general para que en conjunto se logre hacer que la parroquia se convierta en un atractivo turístico rural. Para ello necesariamente mediante acuerdos con miembros de la propia comunidad o poblaciones cercanas se incentivaría la participación turística a través de medios de transporte convencionales y turísticos para incrementar la afluencia de viajeros hacia Sibambe. Finalmente la Junta Parroquial de Sibambe como representante público de la parroquia pedir de forma urgente a los organismos competentes la instalación de cobertura de servicio de internet para entrar en el mundo globalizado y por este medio promocionar turísticamente a su localidad.</p>
<p>ESTRATEGIAS FA (MAXI MINI)</p> <p>F3 F4 F5 F6 A1 A2 A3.- El 25 de julio de todos la Parroquia de Sibambe recibe cerca de 30000 visitantes, esto sin duda permite que sus manifestaciones culturales sigan vigentes, de la misma forma la cercanía que tiene al gran atractivo turístico de la Nariz del Diablo y otros potenciales atractivos jerarquizados deberían ser aprovechados de forma sustentable con una capacidad de carga turística acorde al área visitada; por ello aquí la importancia de aprovechar el interés que tendría la comunidad por involucrarse en actividades turísticas, para ello las autoridades parroquiales de turno tendrían que facilitar los recursos económicos necesarios dentro de su marco legal para dar apoyo al turismo rural que de pretende dar en la localidad.</p>	<p>ESTRATEGIAS DA (MINI MINI)</p> <p>D1 D2 D3 D4 A1 A2 A3 A6.- Con el correcto aprovechamiento de los recursos económicos que son asignados para el sector turístico de la Parroquia Sibambe, mediante acuerdos con personas naturales o jurídicas privadas implementar primeramente lugares de alojamiento de economía mixta, que no existen en la actualidad en la localidad para garantizar la pernoctación del viajero visitante; así como también dotar de servicios de internet, capacitar a la comunidad en las actividades turísticas que realizarían para conseguir un excelente atención al turista, para luego finalmente difundir y promocionar turísticamente a la Parroquia Rural de Sibambe como un atractivo turístico de tipo rural, cultural y posteriormente comunitario que aporten a la conservación del patrimonio natural y cultural de sí mismo y de sus alrededores.</p>

<p>F1 F2 A4 A5 A6.- La parroquia Rural de Sibambe goza de una excelente ubicación geográfica entre Costa y Sierra gracias a las carreteras de primer orden que hoy día cuenta el país, por esa mismas facilidades se tendría que realizar planes de contingencia conjuntamente con la Policía Nacional, Cruz Roja y Bomberos antes posibles fenómenos naturales y inestabilidad política que se pudiera dar, al igual que planes de seguridad para controlar y salvaguardar en todos los aspectos a los turistas que visiten la Parroquia a lo largo de línea férrea Nariz del Diablo.</p>	<p>D5 D6 A4 A5.- Implementar acuerdos entre la comunidad de Sibambe, sus representantes públicos y privados con entidades encargadas de garantizar la seguridad poblacional en caso de fenómenos naturales y seguridad nacional ante una inestabilidad política que pudiera suscitarse, para conseguir un turismo seguro y responsable en la Parroquia Rural de Sibambe a lo largo de la línea Férrea Nariz del Diablo.</p>
---	--

4.4.0. Valoración de Estrategias Foda.- Las diferentes estrategias producto del análisis Foda se valorarán como se había mencionado de acuerdo a la realidad existente en el entorno del proyecto y la experiencia obtenida en la investigación realizada, bajo los siguientes parámetros:

- 1) Descartada
- 2) Analizar
- 3) Factible
- 4) Muy Factible

TABLA Nº 40. VALORACIÓN DE ESTRATEGIAS FODA. FUENTE: TABLA Nº 39. AUTOR: YÉPEZ, DAVID 2013		
CODIGO DE ESTRATEGIA	ESTRATEGIAS	VALORACION
<p>F1 F2 F3 F6 O4</p>	<p>El país cuenta con vías de acceso y señalización de buen nivel, esta ventaja debe ser aprovechada al máximo en la Provincia del Chimborazo concretamente en la Parroquia Rural de Sibambe, ya que esta localidad al tener una excelente ubicación entre la Región Costa y Sierra ecuatoriana, se tendría que integrar como nuevo atractivo turístico de tipo rural, para ello será necesario crear una tour operadora que diseñe, promocióne y comercialice a Sibambe como nuevo producto turístico rural a los turistas que viajan en tren hacia La Nariz del Diablo, con diversos servicios y actividades como por ejemplo que los viajeros puedan alojarse en las casas de sus comuneros y compartir el diario vivir con la comunidad, o en sus fiestas populares que se celebra cada año el 25 de julio no solo ser un espectador sino que el turista participe de sus expresiones culturales, así como también conocer atractivos potenciales de tipo natural existentes en sus</p>	<p>4</p>

	alrededores que resalten en lo alto el nombre de la parroquia como nuevo atractivo del destino turístico regional Sierra Centro.	
F4 O2 O3	La Parroquia Rural de Sibambe esta a escasos 12.5 km de la Ruta Férrea Nariz del Diablo que es considerado como Patrimonio Cultural del Ecuador, con esta declaratoria y con la rehabilitación de la línea férrea ecuatoriana, se tendrían que realizar acciones de promoción turística hacia Sibambe a través del ferrocarril como complemento innovador de tours hacia la Nariz del Diablo.	3
F5 O5 O1 O6	Con el apoyo gubernamental del Gobierno Autónomo Descentralizado de Sibambe dentro de sus competencias y el interés de su comunidad en participar de proyectos turísticos como una tour operadora se logrará crear una operadora turística de economía mixta en la que tanto empresa pública como, comunidad y personas naturales lleguen a acuerdos para su creación; de la misma forma a través del Ministerio de Turismo del Ecuador, se capacitará a la comunidad de Sibambe para tener guías nativos en la comunidad y esta logre así obtener competencias turísticas. Se fortalecerá el crecimiento gradual de la operadora a través del crédito público por medio del Banco Nacional de Fomento	3
D1 O2 O3 O4	La estación del tren de llegada de la ruta Nariz del Diablo lleva el nombre de Estación de Sibambe, esto sería razón suficiente para empezar a promocionar la Parroquia Rural de Sibambe como tal, por ejemplo dentro de las nuevas propuestas turísticas de la Provincia de Chimborazo se tendría que incluir en un tour la visita a la Parroquia de Sibambe antes o después de hacer el recorrido de ruta Nariz del Diablo, para que el turista realice un turismo rural en la localidad; en síntesis se tendría que aprovechar la totalidad de la rehabilitación del sistema ferroviario en especial en la ruta Alausí-Sibambe.	4
D2 O1	Se tendría que aprovechar las capacitaciones que brinda el Ministerio de Turismo a las comunidades que emprenden proyectos turísticos sostenibles y de la misma forma aprovechar el acuerdo firmado entre la Junta Parroquial de Sibambe y La Universidad Iberoamericana del Ecuador en materia de vinculación con la comunidad, para que a través de ella se brinde también más capacitaciones a la comunidad rural de Sibambe en aspectos complementarios que implican la actividad turística como por ejemplo la calidad y la cultura de servicio al cliente.	3
D3 D4 D5 D6 O5 O6	Aprovechando el apoyo gubernamental que la constitución del Ecuador les faculta a los gobiernos locales tal es el caso de la Junta	3

	<p>Parroquial de Sibambe y las facilidades de líneas de crédito con entidades públicas, se tendría que realizar de forma urgente la implementación de lugares de alojamiento a través de créditos con bajos intereses y sin trámites complicados para ello el gobierno seccional de Sibambe tendría que ampliar sus relaciones con entidades propias del estado, privadas y con la comunidad en general para que en conjunto se logre hacer que la parroquia se convierta en un atractivo turístico rural. Para ello necesariamente mediante acuerdos con miembros de la propia comunidad o poblaciones cercanas se incentivaría la participación turística a través de medios de transporte convencionales y turísticos para incrementar la afluencia de viajeros hacia Sibambe.</p> <p>Finalmente la Junta Parroquial de Sibambe como representante público de la parroquia pedir de forma urgente a los organismos competentes la instalación de cobertura de servicio de internet para entrar en el mundo globalizado y por este medio promocionar turísticamente a su localidad.</p>	
F3 F4 F5 F6 A1 A2 A3	<p>El 25 de julio de todos la Parroquia de Sibambe recibe cerca de 30000 visitantes, esto sin duda permite que sus manifestaciones culturales sigan vigentes, de la misma forma la cercanía que tiene al gran atractivo turístico de la Nariz del Diablo y otros potenciales atractivos jerarquizados deberían ser aprovechados de forma sustentable con una capacidad de carga turística acorde al área visitada; por ello aquí la importancia de aprovechar el interés que tendría la comunidad por involucrarse en actividades turísticas, para ello las autoridades parroquiales de turno tendrían que facilitar los recursos económicos necesarios dentro de su marco legal para dar apoyo al turismo rural que de pretende dar en la localidad.</p>	3
F1 F2 A4 A5 A6	<p>La parroquia Rural de Sibambe goza de una excelente ubicación geográfica entre Costa y Sierra gracias a las carreteras de primer orden que hoy día cuenta el país, por esa mismas facilidades se tendría que realizar planes de contingencia conjuntamente con la Policía Nacional, Cruz Roja y Bomberos antes posibles fenómenos naturales y inestabilidad política que se pudiera dar, al igual que planes de seguridad para controlar y salvaguardar en todos los aspectos a los turistas que visiten la Parroquia a lo largo de línea férrea Nariz del Diablo.</p>	2
D1 D2 D3 D4 A1 A2 A3 A6	<p>Con el correcto aprovechamiento de los recursos económicos que son asignados para el sector turístico de la Parroquia Sibambe, mediante acuerdos con personas naturales o jurídicas privadas implementar primeramente lugares de alojamiento</p>	2

	de economía mixta, que no existen en la actualidad en la localidad para garantizar la pernoctación del viajero visitante; así como también dotar de servicios de internet, capacitar a la comunidad en las actividades turísticas que realizarían para conseguir un excelente atención al turista, para luego finalmente difundir y promocionar turísticamente a la Parroquia Rural de Sibambe como un atractivo turístico de tipo rural, cultural y posteriormente comunitario que aporten a la conservación del patrimonio natural y cultural de sí mismo y de sus alrededores.	
D5 D6 A4 A5	Implementar acuerdos entre la comunidad de Sibambe, sus representantes públicos y privados con entidades encargadas de garantizar la seguridad poblacional en caso de fenómenos naturales y seguridad nacional ante una inestabilidad política que pudiera suscitarse, para conseguir un turismo seguro y responsable en la Parroquia Rural de Sibambe a lo largo de la línea Férrea Nariz del Diablo.	2

Se determina que las estrategias a seguir serán: **F1 F2 F3 F6 O4 y D1 O2 O3 O4**

4.4.1. Dificultades para la ejecución del proyecto:

- Inexistente planta de servicios turísticos dentro de la Parroquia Rural de Sibambe.
- Escaso conocimiento de la parroquia Rural de Sibambe a nivel turístico interno y externo.
- Falta de acuerdos entre autoridades parroquiales, comunitarias y población en general de Sibambe, para llegar a ejecutar proyectos turísticos.

4.4.2. Necesidades a implementar para la ejecución efectiva del proyecto:

- Realizar un plan de marketing Mix y estratégico en donde se defina el diseño, comercialización y promoción de paquetes turísticos hacia la Parroquia Rural de Sibambe por medio de una tour operadora.

- Establecer acuerdos entre autoridades parroquiales, comunitarias, y miembros de la comunidad de Sibambe, y creador del proyecto, luego de exponer, dialogar y analizar conjuntamente la propuesta del proyecto turístico para que beneficie de forma sostenible a la Parroquia Rural de Sibambe a lo largo de la Ruta Férrea Nariz del Diablo.
- Capacitar a la comunidad de Sibambe en guianza nativa, en cultura de servicio, administración de ingresos económicos adicionales que estos reciban producto de la actividad turística generada en la parroquia, entre otros conocimientos complementarios; a través del Ministerio de Turismo del Ecuador, y La Universidad Iberoamericana del Ecuador por medio del acuerdo firmado de vinculación con la comunidad con la Junta Parroquial de Sibambe (VER ANEXO N° 20).
- Realizar las gestiones legales para que La Parroquia Rural de Sibambe pertenezca a los Centros de Turismo Comunitario (CTC) y así poder realizar legalmente un turismo comunitario en la dicha parroquia. (VER ANEXO N° 16).

4.4.3. Otros posibles competidores: Alausí Tours, Cunadi tours y Nariz del Diablo. (Fuente: Tabla N° 3).

Análisis de la Competencia.- Actualmente existen estas 3 operadoras turísticas en Alausí que operan la Ruta Férrea Nariz del Diablo y sus alrededores, por lo que serían competidores directos para Sibambis Tourism CÍA Ltda.

En el caso puntual de Alausí Tours, esta operadora turística es la mejor posicionada en el mercado del lugar ya que maneja dualidad, es decir también

vende paquetes de turismo al exterior, por esa razón maneja precios un tanto elevados por sus servicios, como por ejemplo un servicio de Transfer In de Alausí a Riobamba cuesta alrededor de los \$ 60.00 de 1 a 4 pax, lo que implica que en un viaje de una hora se cobraría este valor; comparando con los precios que Sibambis Tourism ofrecerá en cuanto a transporte será de \$ 10.00 por día y por Pax, es decir el mismo recorrido con la misma cantidad de Pax, saldrá en \$ 40.00; un precio menor al principal competidor indicado.

La estrategia de actuación frente a la competencia mencionada, será de innovación, con actividades diferentes como el turismo rural, y comenzar a operar turísticamente en sitios donde existen vacíos en el mercado actual del área de influencia de la Ruta Férrea Nariz del Diablo, tal es el caso de La Parroquia Rural de Sibambe y sus alrededores, lugar poco conocido por la mayor parte de viajeros que viajan en tren en dicha ruta, al tener esta localidad un gran potencial turístico que genera gran expectativa en los turistas tanto nacionales como extranjeros encuestados en el estudio de mercado, sin duda dará una posición dominante sin ser atado a la competencia.

4.4.4. Principales actividades a realizarse para la ejecución idónea del proyecto:

- Reuniones con las autoridades parroquiales de Sibambe y sus comunidades para llegar a un acuerdo para la futura constitución de la operadora turística que beneficie al desarrollo económico, social, cultural y ambiental de la Parroquia Rural de Sibambe.
- Conseguir los recursos necesarios tanto económicos, tecnológicos y humanos para la creación de la operadora turística.

- Realizar capacitaciones a los miembros de la comunidad de Sibambe a través del Ministerio de Turismo del Ecuador y Universidad Iberoamericana del Ecuador.
- Diseñar y crear la página web de la operadora en donde se empiece a comercializar los paquetes turísticos de forma virtual.
- Realizar alianzas estratégicas con otras empresas vinculadas al turismo para así comercializar los nuevos productos turísticos de la tour operadora.

4.4.5. Resultados esperados del Proyecto:

- Obtención de conocimientos en cultura de servicio, manejo de recursos y guía turística, para lograr una acertada participación turística por parte de los comuneros involucrados.
- Adecuado manejo y aprovechamiento turístico de los recursos naturales y culturales de la Parroquia Sibambe y sus alrededores.
- Dos paquetes turísticos innovadores diseñados y comercializados en donde se involucre a la Parroquia Rural de Sibambe como nuevo atractivo turístico a lo largo de la ruta férrea Nariz del Diablo.
- Incremento de la capacidad adquisitiva de la comunidad de Sibambe producto de la actividad turística en la Parroquia.
- Revalorización cultural de la Parroquia Rural de Sibambe a lo largo de la ruta férrea Nariz del Diablo, producto de la actividad turística naciente que en la localidad.

4.5. Indicadores del Proyecto:

- Un turista nacional en su mayoría en un viaje gasta en promedio entre \$ 25 a \$ 100 diarios, (Fuente: Imagen N° 10); y a este le gustaría quedarse en la Parroquia Rural de Sibambe entre 2 y 3 días, (Fuente: imagen N° 12); lo que implicaría haciendo una relación entre el gasto y los días de permanencia se tendría ingresos entre \$ 50 y \$ 300 al día por turista nacional.
- Un turista internacional en su mayoría en un viaje gasta en promedio entre \$ 25 a \$ 50 diarios por día, (Fuente: Imagen N° 23); y a este le gustaría quedarse en la Parroquia Rural de Sibambe entre 2 y 3 días, (Fuente: imagen N° 26); lo que implicaría haciendo una relación entre el gasto y los días de permanencia se tendría ingresos entre \$ 50 y \$ 150 al día por turista internacional.
- La tasa de crecimiento anual del turismo en el Ecuador durante el año 2012 fue del 12%, (<http://www.ecuadorinmediato.com/>); lo que implicaría que al finalizar el 2013 se tendría una demanda potencial de turismo receptivo hacia la Nariz del Diablo de 15230 turistas extranjeros, (Fuente: Tabla N° 30).
- Según la Dirección de Estadística del Ministerio de Turismo del Ecuador en el año 2012 la Provincia del Chimborazo recibió a 54391 turistas extranjeros, esta demanda total haciendo un cálculo en función de la oferta se tendrá una demanda selectiva hacia la Parroquia Rural de Sibambe de 1679 extranjeros, dando un porcentaje de participación en el mercado del

41.17 %, con una demanda a satisfacer de 691 viajeros visitantes. (Fuente: Tabla N° 31).

- El turismo extranjero en el Ecuador durante el 2012 fue de 1.271.953 turistas, de este total un 30% vienen por turismo cultural, comunitario y rural, lo que implica que tendríamos un amplio mercado de prospección global de 381.586 turistas extranjeros. (<http://www.optur.org/>),

4.6. Metas del proyecto:

- Que la comunidad de la Parroquia Rural de Sibambe por medio de sus autoridades y pobladores se involucren directa o indirectamente para la conformación del proyecto turístico propuesto.
- Conformar legalmente la entidad.
- Diseñar una página web que aporte a la comercialización de los productos.
- Realizar alianzas estratégicas con otras empresas turísticas para comercializar los nuevos productos turísticos.
- Conseguir una oficina adecuada para el funcionamiento de la operadora turística cerca a la estación del tren de Alausí.
- Adquirir activos propios para operar la tour operadora como tal.
- Contratar personal idóneo para comenzar la tour operadora como; recepcionista, contador, agente de ventas, y otros que sean necesarios en el transcurso del tiempo.
- Posicionar el nuevo producto turístico rural hacia Sibambe y sus alrededores en el mercado de turístico nacional e internacional, a través de promociones y publicidad agresiva de forma creativa por medios virtuales como páginas web, redes sociales como Facebook y Twitter; en revistas

especializadas de turismo, en donde se capte el interés del producto destacando los atributos y ventajas que esta tendrá sobre otros similares; de la misma forma promocionar de forma directa por medio de un agente de ventas que visite, las principales agencias de viajes y tour operadores de las principales ciudades del Ecuador en donde se oferte el producto.

4.7. Beneficiarios del Proyecto:

4.7.0. Beneficiarios directos.- La Parroquia Rural de Sibambe, al generar actividad de turismo en su jurisdicción, esta dejará de ser desconocida para muchos, y sus diferentes manifestaciones culturales así como su entorno natural, empezará a ser un importante punto turístico rural en la Provincia del Chimborazo; así como también otro beneficiario directo sería la comunidad de Sibambe como tal, ya que primeramente estarían involucrados en la actividad turística de una manera no empírica, ya que obtendrán capacitaciones de las entidades competentes al turismo para su correcta participación; y producto de dicha actividad obtendrán un ingreso económico adicional que les permita mejorar su calidad de vida actual.

Finalmente los clientes serán también beneficiarios directos, ya que estos al recibir un servicio turístico de calidad, quedarán satisfechos en aspectos como operación turística, alojamiento, alimentación, transporte, y por lo tanto se logrará una excelente imagen de la Parroquia Rural de Sibambe generando mayor incremento de visitantes.

4.7.1. Beneficiarios indirectos.- El desarrollo de la actividad turística en la Parroquia Rural de Sibambe, de manera indirecta beneficiará a las comunidades

aledañas a lo largo de la Ruta Férrea Nariz del Diablo como son Nizag, Tolte y Tixan, porque estas producto del incremento de visitantes a la zona, podrán ofertar sus artesanías turísticas, ofrecer servicios ocasionales de transporte hacia Sibambe, y trabajo eventual en las áreas de servicio como por ejemplo la guianza nativa, alimentación o incluso alojamiento.

4.8. Impactos del Proyecto: (Ambientales, Económicos y Socio Culturales).-

Pueden ser positivos (+) o negativos (-), de esta manera se indica:

4.8.0. Impactos Ambientales:

- Inadecuado manejo de desechos sólidos que se generen producto de la nueva actividad turística que se genere en Sibambe y sus alrededores. (-).
- Inadecuado control y manejo de emanación de humo de vehículos que transporten a los turistas hacia Sibambe. (-)
- Contaminación acústica es decir ruido excesivo. (-)
- El aprovechamiento racional de los recursos naturales de Sibambe y sus alrededores para la actividad turística, mantendrán el adecuado grado de protección hacia su flora y fauna. (+).
- Se desarrollarán actividades agropecuarias de forma tradicional utilizando abonos orgánicos como el estiércol, sin usar productos químicos como los pesticidas. (+).
- A través del agroturismo que se de en la Parroquia Rural de Sibambe y sus alrededores, se podrán desarrollar paulatinamente proyectos de siembra de árboles como una actividad complementaria del turista, lo cual ayudará notablemente a la conservación de la biodiversidad, y por lo tanto resaltará la belleza escénica de su paisaje. (+).

4.8.1. Impactos Económicos:

- Incremento de la mano de obra y crecimiento económico de la población rural de Sibambe, a través de nuevas fuentes de trabajo producto de la actividad turística que se vaya generar en la zona. (+).
- Los ingresos económicos adicionales que percibirán las familias de la Parroquia Rural de Sibambe por sus servicios prestados en el desarrollo de la actividad turística en la comunidad, elevará la capacidad adquisitiva de su población y por ende su calidad de vida. (+).
- Los ingresos económicos recibidos por parte de los turistas que llegasen a Sibambe, también servirán de aporte al presupuesto de la Parroquia para incrementar y mejorar sus actuales servicios de de salud, educación y vivienda. (+).

4.8.2. Impactos Socioculturales:

- Se proporcionará un contacto directo entre comunidad de Sibambe y viajeros visitantes con las actividades agrarias tradicionales, con el aprovechamiento de su entorno rural y sus manifestaciones culturales y sociales productivas como la agricultura y ganadería.
- Revalorización, convivencia cultural y respeto de las diferentes expresiones y manifestaciones culturales y forma de vida de los pobladores de la Parroquia Rural de Sibambe a lo largo de línea férrea Nariz del Diablo por parte de los turistas nacionales y extranjeros. (+).
- Concientización por parte de sus pobladores de amar y valorar su cultura y permitir darla a conocer y compartir con el mundo exterior por medio de la actividad turística. (+).

- Posible aculturización en los pobladores de la comunidad Rural de Sibambe producto de una masiva visita de turistas extranjeros. (-).

4.9. Reglamento General de Actividades Turísticas en Ecuador.- Según el Ministerio de Turismo, publicando en su página web (<http://www.turismo.gob.ec/>), indica que las agencias de viajes son compañías sujetas a control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros. De la misma forma en dicho reglamento dice que las agencias de viajes operadoras son las que elaboran, organizan, operan y venden ya sea directamente al usuario o a través de los otros tipos de agencias de viaje (agencias mayoristas y agencias internacionales), toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país; y que todos los servicios prestados por las agencias operadoras, de acuerdo a las atribuciones de su clasificación, pueden ser ofertados y vendidos directamente tanto nacional como internacionalmente.

El reglamento también indica que las agencias operadoras se desenvolverán dentro del siguiente marco legal:

- Proyección, organización y venta de todos los servicios turísticos dentro del territorio nacional.
- Venta nacional e internacional de todos los servicios turísticos a ser prestados dentro del Ecuador, ya sea directa o a través de las agencias de viajes.

- Venta directa en el territorio ecuatoriano de pasajes aéreos nacionales, así como de cualquier otro tipo de servicios marítimo o terrestre dentro del país.
- Reserva, adquisición o venta de boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas naturales protegidas dentro del país.
- Alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica del turismo deportivo dentro del país.
- Flete de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte para la realización de servicios turísticos propios de la actividad dentro del país.
- Prestación de cualquier otro tipo de servicio turístico dentro del país.
- Para la operación de los programas turísticos dentro del país, las agencias deberán utilizar guías turísticos que posean sus licencias debidamente expedidas por el Ministerio de Turismo del Ecuador previa la evaluación correspondiente.
- Las condiciones mínimas para los locales donde van a funcionar las agencias de viajes son:
 - a. No pueden ser compartidos con otro tipo de actividad económica ajena a la turística.
 - b. Deben tener una superficie mínima de treinta metros cuadrados y contarán con los servicios básicos de agua, luz, teléfono y fax; y una batería de servicios higiénicos cuando menos.
 - c. Para agencias de viaje operadoras: se deberá contar mínimo con el equivalente a ocho mil dólares de los Estados Unidos de América \$

8000,00 en activos fijos tangibles. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar estos activos a \$ 1500.00 por cada sucursal a partir de la segunda. (Esta disposición no aplica en donde la población sea menor a 50000 habitantes).

De igual forma también dicha constitución estará dada bajo el marco legal correspondiente en cuanto a Ley de Turismo, Ley de Compañías y los respectivos requisitos y trámites a realizar para el funcionamiento legal de la operadora turística. (VER ANEXOS N° 13 Y 14).

Con dicho marco legal vigente en el Ecuador, el proyecto como tal será la creación de una operadora turística bajo los siguientes puntos:

4.10. CONSTITUCIÓN DE UNA OPERADORA TURISTICA DE ECONOMIA

MIXTA.- El proyecto en sí será concretamente la creación de una operadora turística de economía mixta, cuya constitución se logrará bajo un acuerdo de apoyo, técnico, humano y económico entre la Junta Parroquial Rural de Sibambe como entidad jurídica pública, sus comunidades como principales involucrados a través de familias o pobladores que aporten ya sea en bienes o capital, y el aporte económico e intelectual del autor del proyecto.

Las utilidades que genere la operadora serán repartidas de acuerdo al nivel de participación y aportación en la compañía; en el caso de las utilidades que le correspondan a la Junta Parroquial Rural de Sibambe, esta tomará la decisión de invertir en obras para la comunidad o invertir en mayor equipamiento de la operadora para incrementar sus activos, ya que por ningún concepto según la ley de turismo podrán beneficiarse sus miembros de forma individual de los ingresos que produzca la operadora en un ejercicio.

- **Razón Social de la Empresa:** El nombre comercial de la empresa será “SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURISTICA CIA LTDA”; cuyo nombre representa al grupo humano llamado Sibambis, que ocupó los territorios de la actual Parroquia Rural de Sibambe y sus alrededores, haciendo de esta manera honor a sus raíces históricas.

La misma estará domiciliada en Ecuador, Provincia de Chimborazo, Ciudad de Alausí, como punto estratégico en las inmediaciones de la estación del tren de dicha ciudad. La entidad funcionará enmarcada bajo su misión, visión, objetivos, estrategias, ventajas competitivas internas y externas, políticas, logotipo y eslogan, organización empresarial, así como también de sus primeros productos turísticos a ofertar para entrar en el mercado.

- **Misión:**

“SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURISTICA CIA LTDA, es una operadora de turismo creada bajo los principios de sostenibilidad, ética, responsabilidad y consciencia, que satisfagan las necesidades, exigencias y deseos del mercado nacional e internacional, hacia la Provincia del Chimborazo en especial hacia la Parroquia Rural de Sibambe a lo largo de la Ruta Férrea Nariz del Diablo, en donde el viajero visitante tendrá la oportunidad de vivir en ella experiencias únicas, fascinantes e irrepetibles, a través de actividades turísticas rurales, agroturísticas, culturales, y comunitarias, en su entorno natural y sociocultural con servicios de calidad para la plena satisfacción del turista.

- **Visión:**

Llegar a ser una operadora turística ecuatoriana posicionada en el mercado nacional e internacional como pioneros y líderes en aportar a través del turismo sustentable, ético, responsable y consciente a la revalorización cultural de los pueblos con potencial turístico natural y cultural tangible e intangible

- **Objetivo General:** Ofertar paquetes turísticos rurales, culturales y naturales hacia la Parroquia Rural de Sibambe a lo largo de Ruta Férrea Nariz del Diablo-Provincia de Chimborazo, en donde el turista disfrute al máximo de su viaje, bajo los principios de sostenibilidad, ética, responsabilidad y consciencia.

- **Objetivos Específicos:**

1. Dar a conocer a la Parroquia Rural de Sibambe por medio del turismo a viajeros nacionales y extranjeros de una forma íntegra su cultura, fiestas, costumbres y tradiciones entre otras manifestaciones culturales conjuntamente con su entorno natural.
2. Aportar a la revalorización cultural de la Parroquia Rural de Sibambe por medio de las diferentes visitas y actividades turísticas que se puedan dar en la localidad y sus alrededores.
3. Diversificar las oportunidades de desarrollo sostenible e incrementar los ingresos económicos para quienes habitan en y alrededor de la Parroquia Rural de Sibambe.

- **Estrategias:** (VER TABLA N° 40).

- **Ventajas Competitivas Internas:**

1. Acuerdos, vinculaciones y convenios de cooperación mutua con la Junta Parroquial Rural de Sibambe para el fortalecimiento gradual de la operadora turística en ámbitos de capacitación, promoción y comercialización de los productos turísticos, así como también de utilidades reinvertidas.
2. Acuerdos de cooperación y funcionamiento con las comunidades de la Parroquia Rural de Sibambe, para dar apertura en sus casas al alojamiento rural de los turistas que visiten la localidad, de esta forma bajarían costos operativos de alojamiento y alimentación, por ende los productos turísticos serían menos costosos y con mayor rentabilidad.

- **Ventajas Competitivas Externas:**

1. La ruta férrea Nariz del Diablo es un producto cultural posicionado en el mercado nacional e internacional como el tren más difícil del mundo y su estación de llegada se llama Sibambe, razón por la cual los productos ofertados a la Parroquia Rural de Sibambe como tal, tendrán una acogida previa en la mente del consumidor por lo indicado anteriormente.
2. El cliente que sea partícipe del viaje hacia la ruta Nariz del Diablo para posteriormente ir hacia otros atractivos turísticos, tendrá la oportunidad de pernoctar en la Parroquia de Sibambe a bajo costo y realizar una convivencia cultural con su comunidad.

- **Políticas:**

1. Honestidad, puntualidad, ética profesional y respeto hacia el cliente interno y externo durante toda su instancia como filosofía empresarial.

2. Cada área de la operadora turística contará con personal profesional o debidamente capacitado para desempeñar cada una de sus labores con resultados de calidad que el turista requiera.
 3. Atención permanente de 9am a 6pm de lunes a viernes; sábados y feriados de 9am a 1pm, cuando así lo exigiere la demanda.
 4. Todo el personal de la empresa usará vestimenta con el logotipo y eslogan de la misma y carné de identificación.
 5. Los paquetes turísticos se reservarán 15 o 20 días antes con el 25% de valor cancelado, el 75% restante se cancelará con 24 horas antes del tour.
 6. En caso de cancelación de la reserva se los realizará con 48 horas antes del tour caso contrario se perderá lo abonado.
- **Organización de Sibambis Tourism Operadora Turística CIA Ltda.-** Las empresas turísticas se ven obligadas a asumir la calidad como una constante que logre la máxima satisfacción de sus clientes internos y externos, es por ello que en la actualidad las empresas fijan al cliente en la cima de sus prioridades, por encima de los inversionistas y de la alta gerencia.²⁷

En base a lo indicado es así que la organización de la empresa turística Sibambis Tourism CIA Ltda., sería de la siguiente manera:

²⁷ Álvaro, Gustavo. 2010. *Manual Para el Planificador de Viajes*. Manta. Ediciones Mar Abierto. P. 23.

CUADRO Nº 3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE SIBAMBIS TOURIS OPERADORA
TURÍSTICA CIA LTDA. FUENTE: GALARZA, CARLOS, 2010, P. 21. AUTOR: YÉPEZ, DAVID,

2013



- **Cliente.-** Técnicamente es la persona natural o jurídica que requiere o busca satisfacer sus necesidades mediante la compra de un producto o servicio que se le oferte, y si este recibe lo que espera estará satisfecho, y si le exceden sus expectativas, estará extremadamente satisfecho, por lo tanto su fidelidad de compra será constante e inclusive recomendará a la empresa, generando de esta manera mayor cantidad de clientes y por ende mayor volumen de ventas y rentabilidad. (Galarza, 2010, P. 17).
- **Junta Directiva.-** Lo conforman todos los accionistas e inversionistas de la empresa que hayan aportado a la entidad, ya sea en capital o activos, y estos mantendrán regularmente reuniones para conocer y evaluar el estado general de la empresa y tomar decisiones si el caso lo amerita.

- **Gerencia General.-** Es la persona profesionalmente preparada, que se encargará del control, seguimiento, evaluación y mejoramiento de toda la empresa.
- **Área Financiera y de Contabilidad.-** Tendrá a cargo la elaboración de presupuestos, adquisiciones, inversiones, financiamiento, pago de deudas, pago de servicios básicos; así como también el control de ingresos y egresos, inventarios, y roles de pago.
- **Área de Ventas.-** Es la que tiene relación directa con el cliente, porque tendrá a su cargo indicar el producto, despejar las dudas del turista y cerrar la venta de una forma exitosa.
- **Área de Comercialización y Marketing.-** Tendrá a su cargo la elaboración de estrategias de posicionamiento del producto, cadena de comercialización, canales de distribución, y publicidad.
- **Área Técnica del Producto.-** Se divide en:
 - a) Operaciones: se encargará del normal desarrollo del paquete o tour, control de guía, y desarrollo de actividades.
 - b) Reservas: se encargara de realizar los respectivos bloqueos, reservación y pago de la planta de servicios y transporte.
 - c) Programación: Se encargará del diseño de paquetes turísticos. (Galarza, 2010, Pp. 21-22).
- **Línea de productos de Sibambis Tourism Operadora Turística CIA Ltda.-** Como introducción o lanzamiento en el mercado en un inicio lo conformarán 2 paquetes turísticos estrella, diseñados en base a los resultados del estudio de mercado realizado, dichos productos serán evaluados de acuerdo al grado de satisfacción que tuvo el cliente; dando

apertura así al mejoramiento de los mismos y al diseño de más paquetes turísticos en donde se integren otros atractivos con diferentes actividades a ofrecer como por ejemplo: acampar en El Capac Ñan, deportes extremos como el Downhill en las montañas que rodean Sibambe, y ofertar paquetes complementarios estacionales de acuerdo a la época del año como es el caso entre los meses de junio y julio por las fiestas de Alausí y Sibambe respectivamente.

4.11. LAS 4 P'S DEL MARKETING EN EL PROYECTO

4.11.0. EL PRODUCTO O SERVICIO.- Un producto es todo aquello que una empresa, organización o fábrica elabora para ofertar al mercado y satisfacer las necesidades de los distintos consumidores. No necesariamente es un bien físico, también se contemplan las ideas de proyectos, los servicios, las organizaciones, eventos entre otros. (Galarza, 2011, P. 7).

De acuerdo a la teoría y a la práctica del marketing todo producto atraviesa 5 etapas básicas en su vida:

- a) Investigación y desarrollo: En esta etapa del producto se caracteriza por una fuerte inversión en labores de investigación, diseño, prueba piloto, entre otros, que no representan ventas ni ingreso alguno.
- b) Introducción o lanzamiento: Esta caracterizado por una fuerte inversión en acciones y estrategias de marketing como publicidad, promoción, frente a ventas muy bajas, rentabilidad por debajo de cero.

- c) Crecimiento: Esta caracterizado por un aumento rápido en las ventas, y aunque se mantiene una fuerte inversión en acciones de marketing, los beneficios empiezan a compensar dichos gastos; punto de equilibrio.
- d) Madurez o Nivelación: El producto llega a su máxima participación en el mercado, aquí es donde la empresa recupera con creces la inversión realizada en los períodos anteriores, ya que se obtiene una máxima rentabilidad acumulada del producto. Al final de esta etapa las ventas dejan de crecer, por ello se tiene que innovar todos los productos.
- e) Declive: Por razones naturales del mercado o por desplazamiento de la competencia, las ventas bajan rápidamente y la inversión en acciones de marketing cesa por completo. El producto puede mantenerse mientras sea adecuadamente rentable.

Todo producto o servicio cumple con un ciclo de vida, cerca del 87% de la totalidad de los productos que se encuentran actualmente en el mercado, requirieron menos de 5 años entre su concepción y lanzamiento en el medio, pero gracias al acelerado desarrollo tecnológico dicho lapso de tiempo tiende a bajar, por ello en la actualidad las ideas se convierten en productos mucho más rápido que en el pasado.²⁸

²⁸ Soriano, Claudio. 2009. *El Plan de Marketing Personal*. Madrid. Ediciones Díaz de Santos S.A. Pg. 61-62

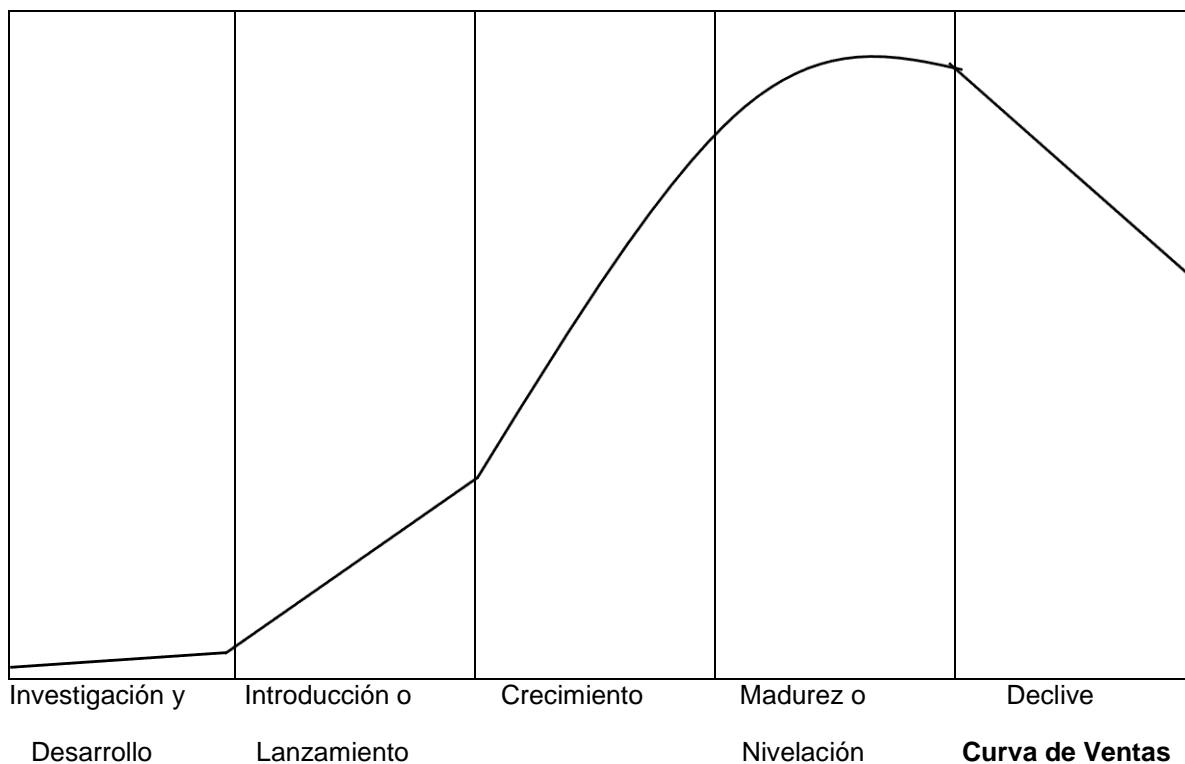


IMAGEN Nº 31. CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO. FUENTE: SORIANO, 2009, P. 63,

AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013

Los productos turísticos que ofrecerá Sibambis Tourism Operadora Turística CÍA LTDA como introducción en el mercado serán los siguientes:

PRODUCTO TURÍSTICO Nº 1. ITINERARIO OPERATIVO

TABLA Nº 41. ITINERARIO OPERATIVO. DÍA 1: ALAUSÍ- RUTA NARIZ DEL DIABLO- ALAUSÍ- COMUNIDAD DE NIZAG- PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE		
AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013		
HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
7:00	Check in a los turistas en la Estación del Tren de Sibambe	Guía de Sibambis Tourism / Personal de la Estación del tren
8:00	Salida en Tren Excursión Plus hacia la Nariz del Diablo	Guía Nativo del Tren
08:30	Llegada a la Estación del Tren Sibambe	Guía Nativo del Tren
08:40	Refrigerio en Café del Tren	Guía de Sibambis Tourism
09:10	Visita al museo Cóndor Puñuna	Guía Nativo del Museo
09:40	Observación participación de la danza indígena, de las Comunidad de Tolte , compra de artesanías turísticas	Guía Nativo del Tren
10:00	Salida de la Estación del tren	Guía Nativo del Tren

	de Sibambe	
10:30	Llegada a la Estación del tren en Alausí	Guía Nativo del Tren
10:45	City Tour en Alausí	Chofer y Guía de S. Tourism
12:45	Almuerzo en Alausí	Mesón del tren y Guía
13:45	Salida hacia la Comunidad de Nizag	Chofer y Guía de Sibambis Tourism
14:30	Visita a la comunidad e Nizag y muros de piedra	Guía de Sibambis Tourism y Guía Nativo
16:30	Salida a la Parroquia Rural de Sibambe	Chofer y Guía de Sibambis Tourism
17:30	Llegada a la Parroquia Rural de Sibambe (Alojamiento Rural en casas de comuneros)	Guía de Sibambis Tourism y anfitriones
18:30	Cena	Guía de Sibambis Tourism y anfitriones
19:30	Convivencia Cultural con la comunidad de Sibambe	Guía de Sibambis Tourism y anfitriones
20:30	Descanso General	Guía de Sibambis Tourism y anfitriones

TABLA Nº 42. ITINERARIO OPERATIVO. DÍA 2: PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE-CASCADA DE PANAMÁ Y ANGAS AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013		
HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
07:30	Desayuno	Guía de Sibambis Tourism y anfitriones
08.30	City Tour en la Parroquia Rural de Sibambe. Visita a la comunidad de Pepinales y a las Aguas termales de Alpachaca	Chofer / Guía de Sibambis Tourism y anfitriones
11:00	Salida a Huigra	Chofer y Guía de Sibambis Tourism
11:45	Llegada a Huigra. Alojamiento en la Hostería La Eterna Primavera. Check in	Guía de Sibambis Tourism / Recepcionista de la hostería
12:00	Almuerzo en la Hostería	Guía de Sibambis Tourism / Personal de la hostería
13:00	Visita a las Cascadas de Panamá y Angas. Caminatas y práctica de Rappel y descenso en cuerda (Opcional)	Guía de Sibambis Tourism
17:30	Llegada a la Hostería	Chofer / Guía de Sibambis Tourism
19:00	Cena alrededor de la piscina	Guía de Sibambis Tourism / Personal de la hostería
20:00	Actividades de distracción e integración	Guía de Sibambis Tourism / Personal de la hostería
21:00	Descanso General	Guía de Sibambis Tourism / Personal de la hostería

TABLA Nº 43. ITINERARIO OPERATIVO. DÍA 3: HOSTERÍA LA ETERNA PRIMAVERA-HUIGRA- ALAUSÍ		
AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013		
HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
08:00	Desayuno	Guía de Sibambis Tourism / Personal de la hostería
09:00	Esparcimiento en las instalaciones de la Hostería	Guía de Sibambis Tourism / Personal de la hostería
12:30	Almuerzo en Huigra	Guía de Sibambis Tourism / Personal de la hostería
13:30	City Tour en Huigra	Guía de Sibambis Tourism / Recepcionista de la hostería
15:00	Regreso a Alausí, Check Out/ Fin del Tour	Chofer / Guía de Sibambis Tourism

El paquete incluirá: alojamiento, alimentación completa (3 desayunos, 3 almuerzos y 2 cenas), transporte, boletos del tren excursión plus, ida y vuelta, guianza bilingüe, equipo de rappel y descenso en cuerda.

El paquete no incluye llamadas telefónicas, comidas y bebidas extras, gastos personales ni entradas a bares, discotecas, ni algún otro rubro que no este especificado en el paquete.

PRODUCTO TURÍSTICO Nº 2. ITINERARIO OPERATIVO

TABLA Nº 44. ITINERARIO OPERATIVO. DÍA 1: ALAUSÍ- RUTA NARIZ DEL DIABLO- ESTACIÓN DEL TREN DE SIBAMBE. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013		
HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
11:00	Check in a los turistas en la Estación del Tren de Alausí	Guía de Sibambis Tourism
11:10	City Tour en Alausí	Chofer / Guía de Sibambis Tourism
13:00	Almuerzo	Guía de Sibambis Tourism / Personal del Mesón del Tren
14:00	Check in en la Estación del tren de Alausí	Personal de La Estación del Tren
15:00	Salida en tren hacia La Ruta Nariz del Diablo	Guía Nativo del Tren
15:30	Llegada a la Estación del Tren de Sibambe	Guía Nativo del Tren
15:40	Visita al Museo Cóndor Puñuna, observación de bailes típicos y compra de artesanías	Guía Nativo del Museo y comunidad de Tolte y Nizag
17:00	Check in en el Refugio del Tren, distribución de habitaciones / tiempo libre	Guía de Sibambis Tourism / Personal del Refugio.
19:00	Cena	Guía de Sibambis Tourism /

		Personal del Refugio del Tren
20:00	Noche cultural	Guía de Sibambis Tourism y comunidad de Tolte y Nizag
21:00	Descanso General	Guía de Sibambis Tourism / Personal del Refugio del tren.

TABLA N° 45. ITINERARIO OPERATIVO. DÍA 2: ESTACIÓN DEL TREN DE SIBAMBE - PARTE ALTA DE LA NARIZ DEL DIABLO - TÚNELES DE ILLIGUCHI- PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013

HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
08:00	Desayuno	Guía de Sibambis Tourism / Personal del Refugio del tren.
09:00	Cabalgatas y caminatas hacia la parte Alta de la Nariz del Diablo	Guía de Sibambis Tourism Y comunidades involucradas
12.30	Almuerzo en la Comunidad de Tolte	Guía de Sibambis Tourism / Comunidad de Tolte
13:30	Visita a los túneles de Illiguchi	Guía de Sibambis Tourism
16:00	Salida a la Parroquia Rural de Sibambe	Chofer / Guía de Sibambis Tourism
16:45	Llegada a la Parroquia Rural de Sibambe (Alojamiento rural en casas de comuneros anfitriones)	Chofer / Guía de Sibambis Tourism / Comunidad Anfitriona involucrada
17:15	Tiempo Libre	Guía de Sibambis Tourism / Comunidad Anfitriona involucrada
18:30	Cena	Guía de Sibambis Tourism / Comunidad Anfitriona involucrada.
19.30	Descanso General	Guía de Sibambis Tourism / Comunidad Anfitriona involucrada.

TABLA N° 46. ITINERARIO OPERATIVO. DÍA 3: PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE. COMUNIDAD DE PEPINALES- AGUAS TERMALES DE ALPACHACA- ALAUSÍ. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013

HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
04:30	Actividades de agroturismo en la comunidad de Sibambe	Guía de Sibambis Tourism / Comunidad Anfitriona involucrada
07:00	Desayuno	Guía de Sibambis Tourism / Comunidad Anfitriona involucrada.
08:30	City Tour en Sibambe. Visita a la comunidad de Pepinales y a las Aguas termales de Alpachaca	Guía de Sibambis Tourism Y comunidades involucradas

13:00	Almuerzo con la Comunidad de Sibambe	Guía de Sibambis Tourism Y comunidad anfitriona
14:00	Regreso a Alausí. City Tour	Chofer / Guía de Sibambis Tourism
16:00	Fin del Tour	Chofer / Guía de Sibambis Tourism

- El paquete incluirá: alojamiento, alimentación completa (2 desayunos, 3 almuerzos y 2 cenas), transporte, boletos del tren ida y vuelta, excursión estándar, guianza bilingüe, entradas a aguas termales y prácticas de agroturismo.
- El paquete no incluye llamadas telefónicas, comidas y bebidas extras, gastos personales ni entradas a bares, discotecas, ni algún otro rubro que no este especificado en el paquete.

4.11.1. EL PRECIO.- Expresado en términos financieros y económicos, es el valor de un bien o servicio que será utilizado como instrumento de intercambio. El precio dependerá de la utilidad que el cliente le otorgue al producto, así como la existencia de productos similares o competidores dispuestos a ganar una venta; por ello cualquier variación en los precios puede afectar la imagen del producto, ya que si se suben los precios sin razón lógica, el cliente podría sentirse perjudicado en sus intereses, en cambio si los precios bajan de la misma forma, este puede pensar que la calidad del producto ya no es la misma. (Galarza, 2010, P. 9). Dicho lo expuesto los precios de los productos diseñados son los siguientes:

PRECIO DEL PRODUCTO TURÍSTICO # 1

TABLA Nº 47. COTIZACIÓN DEL PAQUETE TURÍSTICO # 1. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013			
Nº DE DÍAS	SERVICIOS O ACTIVIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO X 20 PAX
DIA 1	Boleto del tren ida y vuelta Excursión Plus hacia la Nariz del Diablo, refrigerio y entrada a Museo Cóndor Puñuna	35.00	700
	Transporte Terrestre en jeep, furgoneta o bus	10.00	200
	Almuerzo en Alausí (Mesón del Tren)	5.00	100
	Alojamiento Rural en la Parroquia Sibambe (casas anfitrionas de sus pobladores)	10.00	200
	Cena comunitaria en Sibambe	2.50	50
	Guianza	1.50	30
	Subtotal Costos operativos DIA 1	64.00	1280
	+ Alimentación del guía y chofer (Almuerzo y cena) + Alojamiento del guía y chofer	1.75	35.00
	TOTAL COSTOS OPERATIVOS DIA 1	65.75	1315
DIA 2	Desayuno comunitario en Sibambe.	2.50	50.00
	Transporte Terrestre en jeep, furgoneta o bus	10.00	200.00
	Alojamiento en la Hostería Eterna Primavera: (simple \$ 48.80; doble \$ 73.20; triple \$ 91.50; cabañas 5 personas \$ 120.10). Precios incluyen Desayuno, almuerzo y cena e impuestos y servicios	24.02	480.40
	Descenso en cuerda y rappel en cascadas de Panamá y Angas	15.00	300.00
	Guianza	1.50	30.00
	Subtotal Costos operativos DIA 2	53.02	1060.40
	+ Alimentación y alojamiento del guía y	4.88	97.60

	chofer (Desayuno, almuerzo y cena)		
	TOTAL COSTOS OPERATIVOS DIA 2	57.90	1158.00
DIA 3	Almuerzo en Huigra	5.00	60.00
	Transporte Terrestre en jeep, furgoneta o bus	10.00	200.00
	Guianza	1.50	30.00
	Subtotal Costos operativos DIA 3	16.50	330.00
	+ Alimentación del Guía y Chofer	0.50	10.00
	TOTAL COSTOS OPERATIVOS DIA 3	17.00	340.00
TOTAL COSTOS OPERATIVOS		140.65	2813.00
+ 2 % DE IMPREVISTOS		2.81	56.26
TOTAL NETO		143.46	2869.20
+ 20 % DE UTILIDAD		28.69	573.80
TOTAL PRECIO DE VENTA POR PAX		172.15	3443.04

PRECIO DEL PAQUETE TURÍSTICO # 2.

TABLA Nº 48. COTIZACIÓN DEL PAQUETE TURÍSTICO # 2. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013

Nº DE DÍAS	SERVICIOS O ACTIVIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO X 20 PAX
DIA 1	Transporte Terrestre en jeep, furgoneta o bus	10.00	200.00
	Almuerzo en Alausí (Mesón del Tren)	5.00	100.00
	Boleto del tren ida y vuelta Excursión Estándar hacia la Nariz del Diablo, refrigerio y entrada a Museo Cóndor Puñuna	25.00	500.00
	Alojamiento en el Refugio del Tren	25.00	500.00
	Cena en el restaurante Cóndor Puñuna \$ 5.00)	5.00	100.00
	Guianza	1.50	30.00
	Subtotal Costos operativos DIA 1	71.50	1430
	+ Alimentación del guía (Almuerzo y cena)	0.50	10
	+ alojamiento del guía	1.25	25.00
	+ Alimentación del	0.25	5

	Chofer (Almuerzo)		
	TOTAL COSTOS OPERATIVOS DIA 1	73.50	1470.00
DÍA 2	Alquiler de Caballos	5.00	100.00
	Almuerzo en la Comunidad de Tolte	3.00	60.00
	Transporte Terrestre en jeep, furgoneta o bus	10.00	200.00
	Alojamiento Rural en la Parroquia Sibambe (casas anfitrionas de sus pobladores)	10.00	200.00
	Guianza	1.50	30.00
	Cena Comunitaria en Sibambe	2.50	50.00
	Subtotal Costos operativos DIA 2	32.00	640.00
	+ Alimentación del guía (Almuerzo y cena)	0.28	5.50
	+ Alimentación del Chofer (Almuerzo Y Cena)	0.28	5.50
	Guianza	1.50	30.00
	TOTAL COSTOS OPERATIVOS DIA 2	34.03	680.60
DIA 3	Actividades de Agroturismo	5.00	100.00
	Desayuno	2.50	50.00
	Transporte Terrestre en jeep, furgoneta o bus	10.00	200.00
	Entrada a las Aguas Termales de Alpachaca	2.50	40.00
	TOTAL COSTOS OPERATIVOS DIA 3	20.00	400.00
	TOTAL COSTOS OPERATIVOS	127.53	2550.60
+ 2 % DE IMPREVISTOS	2.56	51.20	
TOTAL NETO	130.09	2601.80	
+ 20 % DE UTILIDAD	26.01	520.20	
TOTAL PRECIO DE VENTA POR PAX	156.10	3122.16	

Análisis de los precios cotizados.- Los precios de venta al público cotizados en ambos productos turísticos diseñados, serán competitivos en el mercado a operar, ya que primeramente se manejarán precios promedios ni muy elevados, ni muy bajos con un margen de rentabilidad del 20 %, porcentaje

máximo permitido por la ley, por el mismo número de días en función de los diferentes tipos de tours que se realizan a diario a la Nariz del Diablo, pero en el caso de Sibambis Tourism a diferencia de la competencia, se ofrece nuevas modalidades de turismo en sitios diferentes como la Parroquia Rural de Sibambe y sus alrededores en donde aún no se ha operado turísticamente, por ende el precio de lanzamiento es el indicado, porque la filosofía empresarial de la operadora el cliente es la máxima jerarquía de la empresa y con su satisfacción desde el inicio, se pretende lograr una estrategia de precio psicológica en el turista asociando el precio que pagará por las nuevas actividades y servicios ofrecidos como un indicador de calidad; no obstante también se aplicarán estrategias de precio de introducción del producto con precios más bajos, con actividades similares pero con los mismos estándares de calidad, para permitir una penetración rápida en el mercado; finalmente también se aplicarán estrategias de lanzamiento que consistirá en ofrecer las mismas actividades detalladas en los 2 paquetes, pero con una reducción temporal de P.V.P. como por ejemplo reducir dichos precios en temporada de fiestas de Sibambe o Alausí.

4.11.2. LA PLAZA.- La plaza o distribución es el sitio donde se encuentre el público objetivo al cual la operadora tiene que llegar, esto también incluye las actividades de la compañía que hacen que el producto este a disposición de los consumidores meta; de la misma forma puede ser considerado como el lugar donde va a estar ubicado el proyecto, es decir en cuyo caso Sibambis Tourism Operadora de Turismo CIA Ltda., tendrá su sede legal en la Ciudad de Alausí en las inmediaciones de la Estación del tren de la población mencionada. (Rea, R, 2011, P. 152). Dicho lo

expuesto la plaza de Sibambis Tourism operadora de turismo CIA Ltda.,
será:

TABLA Nº 49. PERFIL DEL MERCADO META TURISTA NACIONAL. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013		
Demográficas	<ul style="list-style-type: none"> • Edad • Sexo • Ocupación • Ingresos • Procedencia 	<ul style="list-style-type: none"> • 18 a 25 años • Femenino y Masculino. • Empleado Privado • Entre 318 a \$ 500 • Ciudad de Quito
Psicográficas	<ul style="list-style-type: none"> • Clase Social • Estilo de Vida 	<ul style="list-style-type: none"> • Media • Juvenil y amistoso
Comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Actitud hacia el producto • Gustos y preferencias 	<ul style="list-style-type: none"> • Expectativa y entusiasta. • Amantes de la cultura, fiestas populares y naturaleza.
TABLA Nº 50. PERFIL DEL MERCADO DE CONSOLIDACIÓN TURISTA NACIONAL. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013		
Demográficas	<ul style="list-style-type: none"> • Edad • Sexo • Ocupación • Ingresos • Procedencia 	<ul style="list-style-type: none"> • 26 a 35 años • Femenino y Masculino. • Empleado Privado • Entre 318 a \$ 500. • Ciudad de Quito
Psicográficas	<ul style="list-style-type: none"> • Clase Social • Estilo de Vida 	<ul style="list-style-type: none"> • Media Alta • Trabajador y hogareño
Comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Actitud hacia el producto • Gustos y preferencias 	<ul style="list-style-type: none"> • Curiosidad • Viajar en familia y disfrutar de atractivos naturales y culturales
TABLA Nº 51. PERFIL DEL MERCADO DE OPORTUNIDAD TURISTA NACIONAL. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013		
Demográficas	<ul style="list-style-type: none"> • Edad • Sexo • Ocupación • Ingresos • Procedencia 	<ul style="list-style-type: none"> • 36 a 45 años • Femenino y Masculino. • Empleado público • Entre \$ 500 a \$ 1000 • Ciudad de Guayaquil y Cuenca
Psicográficas	<ul style="list-style-type: none"> • Clase Social • Estilo de Vida 	<ul style="list-style-type: none"> • Media Alta • Trabajador, y familiar
Comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Actitud hacia el producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Expectativa • Viajar en familia y

	<ul style="list-style-type: none"> Gustos y preferencias 	disfrutar de atractivos naturales y culturales
TABLA Nº 52. PERFIL DEL MERCADO META TURISTA INTERNACIONAL. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013		
Demográficas	<ul style="list-style-type: none"> Edad Sexo Ocupación Ingresos Procedencia 	<ul style="list-style-type: none"> 18 a 25 años Femenino y Masculino. Estudiantes y Profesionales Entre \$ 500 a \$ 1500 Colombia, EEUU
Psicográficas	<ul style="list-style-type: none"> Clase Social Estilo de Vida 	<ul style="list-style-type: none"> Media y Alta Juvenil, y familiar
Comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> Actitud hacia el producto Gustos y preferencias 	<ul style="list-style-type: none"> Gran entusiasmo Viajar en familia y disfrutar de atractivos naturales y culturales y practicar deportes de aventura.
TABLA Nº 53. PERFIL DEL MERCADO DE CONSOLIDACIÓN TURISTA INTERNACIONAL. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013		
Demográficas	<ul style="list-style-type: none"> Edad Sexo Ocupación Ingresos Procedencia 	<ul style="list-style-type: none"> 26 a 35 años Femenino y Masculino. Empleados públicos y profesionales Entre \$ 500 a \$ 1500 Perú, España y Alemania
Psicográficas	<ul style="list-style-type: none"> Clase Social Estilo de Vida 	<ul style="list-style-type: none"> Media y Alta Profesional, investigador y familiar
Comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> Actitud hacia el producto Gustos y preferencias 	<ul style="list-style-type: none"> Interés Viajar en familia y disfrutar de atractivos naturales y culturales y practicar deportes de aventura.
TABLA Nº 54. PERFIL DEL MERCADO DE OPORTUNIDAD TURISTA INTERNACIONAL. FUENTE: ENCUESTA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013		
Demográficas	<ul style="list-style-type: none"> Edad Sexo Ocupación Ingresos Procedencia 	<ul style="list-style-type: none"> Mayor a 35 años Femenino y Masculino. Empleados públicos y profesionales

		<ul style="list-style-type: none"> • Más de \$ 1500 • Francia, Inglaterra y China
Psicográficas	<ul style="list-style-type: none"> • Clase Social • Estilo de Vida 	<ul style="list-style-type: none"> • Alta y • Serio Profesional, Jubilado
Comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Actitud hacia el producto y • Gustos y preferencias 	<ul style="list-style-type: none"> • Interés y expectativa de • Viajar en familia y disfrutar de atractivos naturales y culturales y lugares de relajación

- **Canales directos de comercialización.-** Por medio de un agente de ventas de la operadora Sibambis Tourism, este viajará a las principales ciudades del país Quito, Guayaquil y Cuenca, en donde previamente identificará los sitios de reunión frecuentes de turistas con el perfil del cliente dado por las encuestas, para brindar información directa por medio de trípticos, folletos o afiches, entre otros, y poder así concretar una venta directa, por medio de la incentivación a viajar por estudio, diversión o aventura.
- **Canales indirectos de comercialización.-** Se realizarán a través de agencias de viajes u otras operadoras turísticas del lugar que sirvan como intermediarios en la comercialización de los paquetes turísticos hacia Sibambe.

4.11.3. LA PROMOCIÓN.- Está íntimamente ligada a la publicidad, por ello se la define como la estrategia que se diseña para dar a conocer las características y beneficios de nuestros productos o servicios dirigidos a nuestro mercado actual y

potencial; en fin estas tienen que ser innovadoras y agresivas que superen a las de los competidores. (Galarza, 2010, P. 12).

Para lograr las 3 finalidades de la Publicidad que es informar, persuadir y recordar, Sibambis Tourism Operadora Turística CIA Ltda., realizará su promoción en base a su imagen corporativa que será la siguiente:

- **Eslogan.-** Se determina en base a los siguientes posibles eslóganes que funcionarían para la creación de la operadora de turismo, tomando en cuenta la esencia y la base del proyecto a lo largo de la presente investigación que esta dado por los principios de sostenibilidad para Sibambe. Dichos eslóganes se valoran bajo los siguientes parámetros de valoración:

TABLA Nº 55. VALORACIÓN DEL ESLOGAN DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013.					
Nª	Eslogan	1-5 (atractivo)	1-5 (Facilidad de Recordar)	1-5 (Relación)	TOTAL
1	El turismo consciente que esperabas a tus manos	4	3	4	11
2	Lo que aún desconoces, más cerca de lo que imaginas	3	2	3	8
3	Hacia el desarrollo sostenible de Sibambe	2	3	4	9
4	La experiencia turística que deseas, nuestro compromiso	3	3	4	10

El Eslogan de Sibambis Tourism Operadora Turística CIA Ltda., será: ***“EL TURISMO CONSCIENTE QUE ESPERABAS A TUS MANOS”***.

- **Logotipo:**



IMAGEN N° 32. LOGOTIPO DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA. AUTOR. YÉPEZ, DAVID, 2013

Explicando el logotipo diseñado para Sibambis Tourism Operadora Turística CIA Ltda., se observa que en el centro tiene 2 letras S, que representan a La Parroquia Rural de Sibambe con los colores amarillo y azul que forman parte de su Escudo Parroquial; en la parte superior se encuentra el sol, que representa la energía y predisposición que tendrá el turista para realizar actividades turísticas en horario diurno, como viajar en tren hacia la Nariz del Diablo y visitar la población de Sibambe con sus atractivos culturales como por ejemplo su iglesia parroquial.

Al lado derecho en cambio tenemos la luna y las estrellas que representan las principales actividades que el turista podrá realizar en horario nocturno, como alojarse en la Parroquia Rural de Sibambe en las casas de los comuneros, y poder realizar una convivencia cultural jugando sus juegos tradicionales y a la

madrugada poder experimentar un agroturismo realizando cada una de las labores que el poblador ganadero y agricultor de Sibambe realiza en su diario vivir en sus chacras y terrenos.

Finalmente en su parte posterior no podría faltar el eslogan escogido en la Tabla N° 55, que resalta el mensaje de poder disfrutar de forma consciente un viaje sin gastar grandes cantidades de dinero en comodidades ni lujos y que al contrario se puedan experimentar cosas distintas de la vida y costumbres de un poblador rural de una manera respetuosa y amigable.

Cabe mencionar que el logotipo diseñado como se puede apreciar se lo realizó de forma sencilla, lógicamente habrá que mejorarlo diseñándolo de manera profesional por expertos en diseño grafico publicitario cuando se concrete la creación de la operadora, sin alterar la esencia del logotipo como tal.

Luego de haberse constituido Sibambis Tourism Operadora Turística Cía. Ltda., se utilizará los siguientes medios publicitarios por ser los más idóneos para conseguir la finalidad de la publicidad y por su relativa reducción de costos:

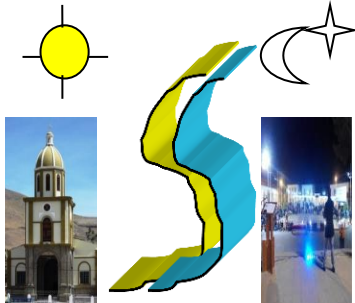
- **Página Web.-** Creando un host propio se creará la página web de Sibambis Tourism Operadora Turística Cía. Ltda., en donde de forma interactiva se informará a los clientes, los paquetes turísticos que se ofertarán con sus atributos, beneficios y precios.
- **Redes Sociales.-** A través de Facebook y Twiter, se creará el blog y perfil en línea de la operadora, en donde este tendrá aplicaciones que permitan a los usuarios dar sus opiniones y sugerencias sobre los productos turísticos

y la empresa como tal, para así identificar los factores clave que ayudarán a mejorar la calidad del servicio y la mejora de los paquetes turísticos.

- **Volantes o Flyers.-** Serán distribuidos en sitios de gran tráfico peatonal, y estos deben ser diseñados de forma atractiva, porque caso contrario terminarían en el basurero. (Galarza, 2011, P. 12); esto implicaría de un gasto sin ningún resultado en la mente de los clientes potenciales y además contribuiríamos al incremento de basura en las calles.
- **Anuncios.-** De forma gratuita por el derecho al uso del espacio, se colocará en instituciones o empresas donde se localizan clientes potenciales.
- **Publicidad Móvil.-** Este medio publicitario será utilizado principalmente en la ciudad de Quito (mercado meta) en las líneas de buses de mayor congestión y circulación por zonas estratégicas de la urbe.
- **Publireportajes-** Se pagará viajes a periodistas seleccionados con el fin de que escriban artículos o realicen programas televisivos, en donde presenten a la empresa con sus paquetes turísticos y su calidad de servicio.

En todos los medios de publicidad indicados, se aplicará los siguientes diseños que servirán como pilotos primarios, ya que las diferentes variaciones que se pudieran derivar de ellos, obedecería al medio publicitario que se este utilizando: estos serían los diseños con los 2 paquetes turísticos iniciales:

Sibambis Tourism Operadora Turística CIA Ltda



**"EL TURISMO CONSCIENTE QUE
ESPERABAS A TUS MANOS".**



TOUR

3 Días, 2 noches

SIBAMBE CULTURAL,

AVENTURA Y

ESPARCIMIENTO

DÍA 1

**ALAUÍ- RUTA NARIZ DEL DIABLO-
ALAUÍ- COMUNIDAD DE NIZAG-
PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE**

DÍA 2

**PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE-
CASCADA DE PANAMÁ Y ANGAS.**

DÍA 3

**HOSTERÍA LA ETERNA PRIMAVERA-
HUIGRA- ALAUÍ**

**Contáctenos: 0995265435 /
022668214.**

Mail: sibambistourism@yahoo.es

www.sibambiscialtdatourism.com

IMAGEN N° 33. AFICHE PUBLICITARIO DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA

CIA LTDA. AUTOR. YÉPEZ, DAVID, 2013

Sibambis Tourism Operadora Turística CIA Ltda



**"EL TURISMO CONSCIENTE QUE
ESPERABAS A TUS MANOS".**

DÍA 1

**ALAUÍ- RUTA NARIZ DEL DIABLO-
ESTACIÓN DEL TREN DE SIBAMBE.**

DÍA 2

**ESTACIÓN DEL TREN DE SIBAMBE -
PARTE ALTA DE LA NARIZ DEL DIABLO -
TÚNELES DE ILLIGUCHI- PARROQUIA
RURAL DE SIBAMBE.**

DÍA 3

**PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE.
COMUNIDAD DE PEPINALES- AGUAS
TERMALES DE ALPACHACA- ALAUÍ.**

**Contáctenos: 0995265435 /
022668214.**

Mail: sibambistourism@yahoo.es

www.sibambiscialtdatourism.com

TOUR

3 DÍAS, 2 NOCHES

SIBAMBE RURAL,

AGROTURISTICA

Y NATURAL



IMAGEN Nº 34. AFICHE PUBLICITARIO DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA

CIA LTDA. AUTOR. YÉPEZ, DAVID, 2013

Tipos de Promoción a aplicar:

- **De precio.-** Se realizarán rebajas y descuentos de precios, ya sea en el precio final del tour o en algún servicio en especial; como por ejemplo: todo menor de edad paga 2 x 1 en servicios de alimentación.
- **Sin precio.-** Para la fidelización del cliente se aplicará las formas más usuales, como obsequios por la compra del tour, tales como sombreros, llaveros o recuerdos con el logotipo y eslogan de la operadora; así como también por cada 5 pax, reciban cupones de descuentos para lugares de distracción y entretenimiento.
- **De temporada.-** La principal temporada serán los meses de junio y julio que se harán promociones especiales por las fiestas de Alausí y Sibambe, como por ejemplo si compra algún paquete turístico en Sibambis Tourism, por las fiestas de Alausí, recibirá alojamiento gratis por una noche en las fiestas de Sibambe; que por coincidencia dichos eventos caen en los meses de temporada turística alta en el Ecuador, es decir junio y julio.

CAPITULO V

ESTUDIO FINANCIERO

Partiendo de la definición de que un presupuesto es una herramienta de gestión conformada por un documento en donde se cuantifican previsiones y pronósticos de diferentes elementos de un negocio. (Galarza, 2011. P. 27), el presente estudio financiero se lo realizará a través del Plan de Presupuesto Maestro (PPM) también conocido como sistema presupuestal, cuyo presupuesto base será el de ventas donde se pronosticará las futuras ventas en términos monetarios de Sibambis Tourism Cía. Ltda., a partir del cual se realizarán los demás presupuestos detallados, como el de cobros, de producción de servicios, de pagos, entre otros; para luego finalmente elaborar los presupuestos proyectados de flujo de caja, de pérdidas o ganancias, balance final, punto de equilibrio, valor actual neto y tasa interna de retorno.

Cabe mencionar que el punto de partida para la realización de todos los presupuestos y por ende el estudio financiero respectivo, se centra en los resultados de la investigación de mercados, la cual permite determinar la demanda insatisfecha a la que va destinado el proyecto a crearse.

Para una mejor comprensión del PPM, el estudio se dividirá en 3 tipos de presupuestos de inversiones, operacionales y financieros.

5.0. Presupuesto de Inversiones.- Al comenzar un emprendimiento de un proyecto, se define la inversión inicial del mismo con su capital de trabajo, sus recursos propios y fuentes de financiamiento.

5.0.1. Inversión Inicial.- Es necesario definir en función de un presupuesto cero, la inversión necesaria para comenzar un proyecto, es decir definir el capital de trabajo inicial que necesitará obligatoriamente una empresa para cubrir los gastos o compromisos adquiridos hasta que logre cubrir con las ganancias generadas de su actividad. Por ello se estima al menos 3 meses de preoperación para empezar a ser productivos.

TABLA N° 56. PRESUPUESTO INICIAL DE GASTOS MENSUALES. SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA. AUTOR; YÉPEZ, DAVID, 2013	
Arriendo	100.00
Agua potable	50.00
Energía Eléctrica	50.00
Telefonía fija	40.00
Internet	40.00
Tv Pagada	20.00
Plan pospago celular	30.00
sueldo (2 personas con horas extras)	900.00
Aporte patronal al IESS (11.15% de los ingresos de trabajadores)	100.35
Total presupuesto inicial de gastos mensuales	1330.35
	* 3
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO (3 MESES)	3991.05
+ Garantía de arriendo una sola por 3 años	300.00
TOTAL PRESUPUESTO INICIAL DE GASTOS DE PREOPERACIÓN	4291.05

Como se puede observar el presupuesto inicial de gasto mensual para empezar a funcionar Sibambis Tourism como tal será de \$ 1330.35 que cubrirá los rubros detallados en el primer mes de operación, pero como se dijo antes se estima 3 meses de preoperación para empezar a ser productivos, este valor se multiplica por 3 meses que vendrá a ser el total de capital de trabajo inicial es decir \$

3991.05; a este resultado se sumará la garantía de arriendo de \$ 300.00 que es un rubro que solo se pagará una vez al año, lo que da un total de \$ 4291.05, que será el presupuesto inicial de gastos de preoperación, que en el momento en que se realice la inversión este valor pasará a formar parte de la cuenta caja / bancos, en otras palabras será el activo corriente inicial, tal como se muestra en la siguiente tabla:

TABLA Nº 57. INVERSIÓN INICIAL DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA. AUTOR; YÉPEZ, DAVID, 2013	
1. ACTIVO CORRIENTE	
Caja / bancos	4291.05
TOTAL ACTIVO CORRIENTE (CAPITAL DE TRABAJO)	4291.05
2. ACTIVOS FIJOS	
Equipos de computación y tecnología	4000.00
Muebles y enseres	1000,00
Instalaciones y adecuaciones	500.00
Suministros de oficina	50.00
Suministros de aseo	50.00
3. TOTAL ACTIVOS FIJOS	5600.00
Gastos de Constitución.	800,00
Gastos Legales	1300,00
Gasto publicidad prepagada	500.00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	2600.00
Activos corrientes + Activos fijos + activos diferidos = TOTAL INVERSION DEL PROYECTO	12491.05

5.0.2. Fuentes y usos de fondos.- Es necesario también definir de donde van a provenir los fondos para iniciar el proyecto, cuanto es el monto de deuda y fondos propios con el que comenzará a funcionar la operadora turística a crearse. A continuación se detalla como se financiará el total de la inversión del proyecto, es decir los \$ 15941.26, cuanto será el monto de deuda y recursos propios:

TABLA N° 58. FUENTES Y USO DE FONDOS DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA.			
FUENTE: GALARZA, 2011 P. 21, AUTOR; YÉPEZ, DAVID, 2013			
INVERSION	USO DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
		RECURSOS PROPIOS	ENTIDAD FINANCIERA
1. ACTIVOS FIJOS			
Equipos de computación y tecnología	4000.00		4000.00
Muebles y enseres	1000,00		1000.00
Instalaciones y adecuaciones de oficina	500.00	500.00	0.00
Suministros de oficina	50.00	50.00	0.00
Suministros de aseo	50.00	50.00	0.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	5600.00	600.00	5000.00
2. ACTIVOS DIFERIDOS			0.00
Gastos de Constitución.	800.00	800.00	
Gastos Legales	1300.00	800.00	
Gasto publicidad inicial	500.00	1000.00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	2600.00	2600.00	0.00
Activos fijos + activos diferidos = TOTAL INVERSIONES FIJAS	8200.00	2600.00	5.000,00
3. CAPITAL DE TRABAJO 3 MESES			
Arriendo	100.00	100.00	
Agua potable	50.00	50.00	
Energía Eléctrica	50.00	50.00	
Teléfono	40.00	40.00	
Internet	40.00	40.00	
Tv Pagada	20.00	20.00	
Plan pospago celular	30.00	20.00	
sueldo (4 personas con horas extras)	900.00	900.00	
Aporte patronal al IESS (11.15% de los ingresos de trabajadores)	100.35	100.35	
Total presupuesto inicial de gastos mensuales	1330.35	1330.95	0.00
	*3	*3	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO (3 MESES)	3991.05	3991.05	
+ Garantía de arriendo una sola vez anual	300.00	300.00	
TOTAL PRESUPUESTO INICIAL DE GASTOS DE PREOPERACIÓN	4291.05	4291.05	
Total inversiones fijas + Total presupuesto inicial de gastos de preoperación = TOTAL DE INVERSION DEL PROYECTO	12491.05	7491.05	5000.00

Como se puede observar la inversión total de Sibambis Tourism Cía. Ltda., será de \$ 12491.05, de los cuales \$ 7491.05 serán recursos económicos propios que se financiarán de la siguiente manera:

- La Junta Parroquial de Sibambe como entidad jurídica aportará \$ 2000.00, este valor saldrá del presupuesto establecido para la implementación de servicios turísticos de la parroquia que según su propuesta de desarrollo territorial publicado en su página web (<http://www.juntaparroquialsibambe.gob.ec/>), es un total de \$ 5000.00, es decir se utilizaría el 40% de dicho recurso, mediante un acuerdo con su máxima autoridad el Profesor Miguel Ángel Gallegos Presidente de la Junta Parroquial de Sibambe.
- El creador de proyecto aportará con \$ 2000.00 , lo que implicaría que entre ambas aportaciones se lograría conseguir un capital de \$ 4000.00
- La comunidad Rural de Sibambe aportará la diferencia de los recursos propios, es decir el \$ 3491.05 restante, que se aportará por medio de 5 familias residentes en la parroquia, dicha aportación si es en capital será de \$ 698.21 por familia o también pueden realizar dicho aporte en activos fijos.
- El capital restante, se los financiará con un préstamo bancario de \$ 5000.00 por medio del Banco Nacional de Fomento cumpliendo con sus requisitos respectivos que demanda la institución. (VER ANEXO N° 15).

5.0.3. Amortización de Préstamos: Es importante que al inicio de un proyecto, la deuda no sobrepase el 40% del valor total del emprendimiento. Dicho esto Sibambis Tourism Cía. Ltda., empezará con recursos propios que forman el 59.97 % de la inversión inicial, y con una deuda de \$ 5000.00 a 3 años solicitado al Banco Nacional de Fomento, una tasa de interés para emprendimientos turísticos del 10%, (<https://www.bnf.fin.ec/>); dicho lo expuesto la operadora empezará con

un total de deuda del 40.03 % de la inversión total inicial. A continuación se detalla la amortización del préstamo de \$ 5000.00 A 3 años y sus valores mensuales a pagar:

TABLA N° 59. AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO A LARGO PLAZO SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA. FUENTE: GALARZA, 2011, P. 38. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013.				
Banco:		"Banco Nacional de Fomento"		
Monto de préstamo:		\$ 5.000	Interés anual:	0,1
Plazo:	3 años	36 meses	Interés mensual:	0,008333333
Años	Pago	Interés	Capital	Saldo
AÑO 0	0,00	0,00	0,00	5000
AÑO 1	2090,28	423,61	1666,67	3333,33
AÑO 2	1923,61	256,94	1666,67	1666,67
AÑO 3	1756,94	90,28	1666,67	0,00
SUMAN	5770,83	770,83	5000,00	
AMORTIZACIÓN MENSUAL				
Mes	Pago	Interés	Capital	Saldo
0	0,00	0,00	0,00	5000,00
1	180,56	41,67	138,89	4861,11
2	179,40	40,51	138,89	4722,22
3	178,24	39,35	138,89	4583,33
4	177,08	38,19	138,89	4444,44
5	175,93	37,04	138,89	4305,56
6	174,77	35,88	138,89	4166,67
7	173,61	34,72	138,89	4027,78
8	172,45	33,56	138,89	3888,89
9	171,30	32,41	138,89	3750,00
10	170,14	31,25	138,89	3611,11
11	168,98	30,09	138,89	3472,22
12	167,82	28,94	138,89	3333,33
13	166,67	27,78	138,89	3194,44
14	165,51	26,62	138,89	3055,56
15	164,35	25,46	138,89	2916,67
16	163,19	24,31	138,89	2777,78
17	162,04	23,15	138,89	2638,89
18	160,88	21,99	138,89	2500,00
19	159,72	20,83	138,89	2361,11
20	158,56	19,68	138,89	2222,22
21	157,41	18,52	138,89	2083,33
22	156,25	17,36	138,89	1944,44
23	155,09	16,20	138,89	1805,56
24	153,94	15,05	138,89	1666,67
25	152,78	13,89	138,89	1527,78
26	151,62	12,73	138,89	1388,89

27	150,46	11,57	138,89	1250,00
28	149,31	10,42	138,89	1111,11
29	148,15	9,26	138,89	972,22
30	146,99	8,10	138,89	833,33
31	145,83	6,94	138,89	694,44
32	144,68	5,79	138,89	555,56
33	143,52	4,63	138,89	416,67
34	142,36	3,47	138,89	277,78
35	141,20	2,31	138,89	138,89
36	140,05	1,16	138,89	0,00

Explicando la tabla de amortización descrita, se tiene que el monto total del préstamo a solicitar al Banco Nacional de Fomento será de \$ 5000.00, dicha institución entrega créditos para emprendimientos turísticos al 10% anual, el crédito se solicitará a 3 años, implicando así 36 meses de pago con un interés mensual del 0,0083333333, obtenido de la división del valor del 10 % anual para los 12 meses que tiene el año.

El saldo inicial serán los \$ 5000.00 prestados, este valor se divide para los 36 meses del plazo solicitado dando como resultado el valor fijo mensual de \$ 138.89 que es el capital a pagar, a esto se sumará el interés mensual que se obtiene del saldo respectivo que vaya quedando según los pagos realizados multiplicado por el interés mensual indicado, finalmente el valor a pagar mensualmente del préstamo será la suma del capital más el interés.

5.1. Presupuestos operacionales.- Dentro de los presupuestos operacionales se tienen: gastos de operación y publicidad, costos de producción de servicios, y de ventas o ingresos.

5.1.0. Gastos de Operación y Publicidad.- Según la página web del Banco Central del Ecuador (<http://www.bce.fin.ec>), el índice inflacionario acumulado anual 2012 fue de 3.39 %, que dividido para los 12 meses que tiene el año dará

como resultado 0.0339 % mensual, con este porcentaje se proyectan los gastos estipulados en el presupuesto inicial de gastos (VER TABLA N° 56) para los años respectivos de operación.

El cálculo de la proyección se realiza multiplicando cada rubro de los gastos mensuales estipulados por 0.0039, a este resultado se suma el mismo rubro de gasto mensual estipulado y multiplicado por 12 que son los meses que tiene el año, el resultado es el costo proyectado para el año 1 de cada gasto descrito.

Para proyectar el año 2, se toma el resultado proyectado de cada gasto en el año 1 multiplicado por el 0.0039 y sumado el mismo gasto proyectado en el año 1.

Para proyectar el año 3, se toma el resultado proyectado de cada gasto en el año 2 multiplicado por el 0.0039 y sumado el mismo gasto proyectado en el año 2.

Para proyectar el año 4, se toma el resultado proyectado de cada gasto en el año 3 multiplicado por el 0.0039 y sumado el mismo gasto proyectado en el año 3.

Finalmente para proyectar el año 5 se toma el resultado proyectado de cada gasto en el año 4 multiplicado por el 0.0039 y sumado el mismo gasto proyectado en el año 4.

En cuanto a los gastos de instalaciones y adecuaciones al igual que la garantía de arriendo por los 3 primeros años, no se proyectará de forma mensual como se indica anteriormente por ser considerado un rubro que se lo hará una vez por año en base al valor estipulado en la inversión inicial (VER TABLA N° 57), dicho de esa manera su proyección para el año 1 quedaría multiplicando el gasto mensual estipulado por el 0.0039 y sumado el mismo gasto mensual estipulado sin

multiplicar por 12 y así sucesivamente para los demás años como se explicó anteriormente.

TABLA N° 60. GASTOS DE OPERACIÓN Y PUBLICIDAD SIBAMBIS TOURISM. FUENTE: GALARZA, 2011, P. 32, AUTOR, YÉPEZ DAVID, 2013						
En dólares (incremento índice inflacionario acumulado anual año 2012 3,39%)						
CONCEPTOS	Gasto Mensual Estipulado	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua potable	50	620,34	641,37	663,11	685,59	708,83
Energía eléctrica	50	620,34	641,37	663,11	685,59	708,83
Telefonía fija	40	496,27	513,10	530,49	548,47	567,07
Telefonía celular	30	372,20	384,82	397,87	411,35	425,30
Internet	40	496,27	513,10	530,49	548,47	567,07
Tv Pagada	20	248,14	256,55	265,24	274,24	283,53
Arriendo	100,00	1240,68	1282,74	1326,22	1371,18	1417,67
Garantía de Arriendo por 3 años	300,00	300,00	300,00	300,00	310,17	320,68
TOTAL SERVICIOS BÁSICOS Y ARRIENDO	630,00	2036,95	2095,83	2156,71	2229,83	2305,42
Suministros y Materiales Oficina	50,00	620,34	641,37	663,11	685,59	708,83
Suministros y materiales de aseo	50,00	620,34	641,37	663,11	685,59	708,83
Instalaciones y adecuaciones	500,00	516,95	534,47	552,59	571,33	590,69
TOTAL SUMINISTROS Y ADECUACIONES	600,00	1757,63	1817,21	1878,82	1942,51	2008,36
Publicidad	250,00	3101,70	3206,85	3315,56	3427,96	3544,16
Propaganda	250,00	3101,70	3206,85	3315,56	3427,96	3544,16
TOTAL PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	500,00	6360,00	6413,70	6798,52	7206,43	7088,33
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN Y PUBLICIDAD	1730,00	10154,58	10326,74	10834,05	11378,76	11402,11

5.1.1. Sueldos y beneficios de ley del personal de Sibambis Tourism.- Como se indico anteriormente la operadora tendrá una estructura funcional que le permita operar adecuadamente sus funciones; para lo cual contará al inicio por de sus operaciones con 2 personas: gerente general y secretaria de ventas, en cuanto a guías se trabajará con los denominados Free Lance, es decir no estarían

sujetos al rol de pagos de la empresa, al igual que la persona que realice la contabilidad ya que solo será prestadora de servicios.

Para la proyección de sueldos se utilizará la misma tasa anual de inflación del año 2012, es decir el 3.39%, que mensualmente es de 0.0039 %.

Para el año 1, la proyección se realiza multiplicando los valores de columna 14 de la tabla N° 61, que es el total de ingresos de cada trabajador de Sibambis Tourism por los 12 meses que tiene el año.

Para proyectar el año 2, se toma el resultado del total de ingresos de la columna 16 de la tabla 61, multiplicado por el 0.0039, sumado nuevamente este total de ingresos y multiplicado por 12 meses del año.

Para proyectar el año 3, se toma el resultado proyectado de los sueldos del año 2 multiplicado por el 0.0039, sumado nuevamente el ingreso proyectado en el año 2.

Para proyectar el año 4, se toma el resultado proyectado de los sueldos del año 3 multiplicado por el 0.0039, sumado nuevamente el ingreso proyectado en el año 3

Finalmente para proyectar el año 5, se toma el resultado proyectado de los sueldos del año 4 multiplicado por el 0.0039, sumado nuevamente el ingreso proyectado en el año 4.

TABLA N° 61. SUELDOS PRESUPUESTADOS Y PROYECTADOS DE SIBAMBIS TOURISM CÍA LTDA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013																	
CARGOS	N° DÍAS LAB	H.SUPLE	H.EXTRAORD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
				SALARIO UNIF.	VALOR HORA NORMAL	RECARGA POR HORA	VALOR HORA SUPLE	VALOR HORA EXTRAS	A PAGAR HORAS SUPLE	A PAGAR HORAS EXTRAS	TOTAL INGRESOS APOORTE AL IESS	APORTE PATRONAL IESS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACAC.	TOTAL INGRESOS A PAGAR
GERENTE	30	0	16	500,00	2,08	1.04	3,12	4.16	0	66.56	566.56	63.17	47.21	26,50	47.19	23.60	774.23
SECRETARIA DE VENTAS	30	0	16	400.00	1.66	0.83	2.49	3.32	0	53.12	453.12	50.52	37.76	26,50	37.74	18.88	624.52
TOTAL REMUNERACIONES				900.00						119.68	1019.68	113.69	84.97	53.00	84.93	42.48	1398.75

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
9290.76	9317.00	9632.84	9959.39	10297.01
7494.24	7748.29	8010.95	8258.52	8538.48
16785.00	17065.29	17643.79	18487.91	18835.49

5.1.2. Depreciación de Activos Fijos.- Antes de explicar la depreciación, es necesario describir los activos fijos que se necesitarán para poner en marcha la empresa Sibambis Tourism Operadora de Turismo Cía. Ltda., dichos activos fijos serán los siguientes:

TABLA N° 62 DESCRIPCIÓN DE ACTIVOS FIJOS. SIBMABIS TOURISM CIA LTDA. AUTOR: YÉPEZ, DAVIS, 2013.			
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y TECNOLOGÍA			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario \$	Valor total \$ (Cantidad X Valor Unitario)
Computadores de escritorio con impresoras	2	750.00	1500.00
Computadora portátil	1	700.00	700.00
Teléfonos fijos	2	80.00	160.00
Teléfonos celulares	2	200.00	400.00
Infocus	1	700.00	700.00
Tv LCD con Dvd incluido	1	540.00	540.00
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3	VALOR TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	4000.0
MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario \$	Valor total \$ (Cantidad X Valor Unitario)
Escritorios de oficina	4	75.00	300.00
Sillas giratorias	4	60.00	240.00
Archivador	1	60.00	60.00
Sillas	4	20.00	80.00
Sillón de espera con mesa central	1	320.00	320.00
TOTAL MUEBLES DE OFICINA	14	VALOR TOTAL DE MUEBLES DE OFICINA	1000.00
INSTALACIONES Y ADECUACIONES			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario \$	Valor total \$ (Cantidad X Valor Unitario)
Arreglos pintura y rótulo del local	1	250.00	250.00
Extintor de incendios	1	50.00	50.00
Instalación de servicio de internet	1	50.00	50.00

Instalación de Tv Pagada	1	50.00	50.00
Adecuaciones de oficina (cuadros, y posters turísticos)	2	50.00	100.00
TOTAL INSTALACIONES Y ADECUACIONES	6	VALOR TOTAL DE INSTALACIONES Y ADECUACIONES	500.00
SUMINISTROS Y MATERIALES DE ASEO			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario \$	Valor total \$ (Cantidad X Valor Unitario)
Escobas	1	3.00	3.00
Trapeadores	1	3.00	3.00
Recogedor de basura y tacho	1	5.00	5.00
Desinfectante de pisos	2	5.00	10.00
Desinfectante de manos	2	4.00	8.00
Jabón líquido	2	6.00	12.00
Papel Higiénico	3	3.00	9.00
TOTAL SUMINISTRO Y MATERIALES DE ASEO	12	VALOR TOTAL DE SUMINISTRO Y MATERIALES DE ASEO	50.00
SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario \$	Valor total \$ (Cantidad X Valor Unitario)
Paquetes de papel bond A4 500 hojas	1	5.00	5.00
Cartucho de Impresora	1	30.00	30.00
Grapadora	1	5.00	5.00
Perforadora	1	5.00	5.00
Carpetas con binchas	20	0.25	5.00
TOTA MATERILES DE OFICINA	24	VALOR TOTAL DE MATERIALES DE OFICINA	50.00

Elaborado por Yépez, David, 2013

Sumados todos los activos fijos detallados, da un activo fijo total de \$ 5600.00 presupuestado en la inversión inicial (VER TABLA N° 57).

Las depreciaciones son el desgaste que sufren los activos fijos con el paso de los años producto de su uso.

Existen varios métodos para realizar dicha depreciación, en esta ocasión se hará en base al método lineal y con valor residual representado por la siguiente fórmula en base a los siguientes porcentajes y años contables:

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{VALOR DE COMPRA DEL ACTIVO} - \text{VALOR RESIDUAL}}{\text{VIDA ÚTIL DEL ACTIVO}}$$

Tiempo = %	Vida útil
10%	10 años= muebles y enseres
5%	20 años= edificios
20%	5 años= vehículos / instalaciones y adecuaciones
33.33%	3 años= Equipos de computación y tecnología
50%	2 años = Suministros y materiales de oficina y aseo.

Elaborado por: Yépez, David, 2013

Explicando la fórmula de depreciación: valor de compra del activo fijo se resta menos su valor residual que se obtiene de la multiplicación del valor de compra por el tiempo expresado en porcentaje, el resultado de dicha resta dividimos para la vida útil del activo en años expresada en la tabla indicada. El resultado final será la depreciación para cada activo fijo durante los años proyectados, y la suma de todas las depreciaciones será la depreciación acumulada de activos fijos. Aplicando la fórmula reemplazando datos, las depreciaciones anuales de los activos fijos detallados en la tabla N° 62, quedaría de la siguiente manera:

TABLA Nº 63. DEPRECIACIÓN PROYECTADA DE ACTIVOS FIJOS DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA. AUTOR: YÉPEZ DAVID, 2013.											
ACTIVOS FIJOS	TOTAL ACTIVO \$	AÑOS VIDA ÚTIL	%	VALOR RESIDUAL \$	DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	DEPRECIACIÓN ACUMULADA ACTIVOS FIJOS
Equipos de computación y tecnología	4000.00	3	33.33	1333.20	888.93	888.93	888.93	888.93	0.00	0.00	2666.79
Muebles y enseres	1000,00	10	10	100.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	450.00
Instalaciones, adecuaciones	500,00	5	20	100.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	400.00
suministros y materiales de aseo	50.00	2	50	25.00	12.50	12.50	12.50	0.00	0.00	0.00	25.00
Suministros y materiales de oficina	50.00	2	50	25.00	12.50	12.50	12.50	0.00	0.00	0.00	25.00
Suman	5600,00			1583.20	1083.93	1083.93	1083.93	1058.93	170.00	170.00	3566.79

5.1.3. Amortizaciones de Activos Diferidos.- La amortización de activos diferidos es decir gastos de constitución, gastos legales, publicidad prepagada, entre otros, se tienen que diferir en pagos similares a lo largo de los años proyectados del emprendimiento. Es así que tenemos:

TABLA N° 64. AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA. AUTOR: YÉPEZ DAVID, 2013.						
ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Constitución.	800,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Gastos legales	800,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Gasto publicidad prepagada	1000,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
SUMAN	2600,00	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00

5.1.4. Presupuesto Proyectado de ventas o ingresos.- Para realizar la proyección de este presupuesto, se tiene que partir del cálculo de la demanda realizada anteriormente en base a datos reales históricos de visitantes que viajaron hacia la Nariz del Diablo por intermediación turística, proporcionado por Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (VER TABLA N° 37), en dicha tabla se había calculado que Sibambis Tourism tendrá una participación en el mercado turístico hacia la Nariz del Diablo y sus alrededores del 9.20 %.

Explicando este dato, se había indicado según fuente de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública que durante el 2011 fueron 11243 turistas tanto nacionales como extranjeros que viajaron en tren hacia la Nariz del Diablo a través de un paquete turístico, si se tendrá un porcentaje de participación en el mercado del 9.20 % como operadora turística, serían un total de 1034 clientes prospectos con los que se realizará la proyección de ventas.

Los 1034 clientes prospectos, serán proyectados a la actualidad con la tasa de crecimiento turístico que tuvo el Ecuador durante el año 2012, que como se indicó anteriormente fue del 12% anual (<http://www.ecuadorinmediato.com/>).

Entonces dichos clientes proyectados con el porcentaje indicado, se tendrá:

1034 clientes prospectos + 12 % de crecimiento turístico del Ecuador año 2012

$$= 1034 + 124$$

= 1158 nuevos clientes prospectos anuales.

Ahora según la Gerencia Regional Sur de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública, en su informe histórico de ingreso de turistas tanto nacionales como extranjeros hacia la Nariz del Diablo durante el año 2011, indica los siguientes porcentajes de ingresos de visitantes por mes:

Enero	3.07 %
Febrero	2.89 %
Marzo	6.86 %
Abril	5.34 %
Mayo	9.87 %
Junio	8.19 %
Julio	12.94 %
Agosto	19.03 %
Septiembre	7.31 %
Octubre	13.77 %
Noviembre	5.80 %
Diciembre	4.92 %
Total	100 %

Con estos porcentajes reales de demanda histórica si dividimos el año en trimestres que será el rango de tiempo con el que se proyectarán las ventas por las diferentes épocas del año, se podría decir que entre enero y marzo se tendría

un 12.82 %; entre abril y junio un 23.40 %; entre julio y septiembre un 39.28 %; y entre octubre y diciembre un 24.49 %.

Como se mencionó antes los clientes prospectos calculados inicialmente por el porcentaje de participación en el mercado son de 1034 turistas, haciendo la relación con los porcentajes trimestrales indicados, se tendría: entre enero y marzo 133 turistas; entre abril y junio 242 turistas; entre julio y septiembre 406 turistas; entre octubre y diciembre 253 turistas. La proyección se explica de la siguiente manera:

- Para los trimestres del año 1 el número de clientes prospectos serán los 1034 turistas distribuidos cada 3 meses de acuerdo a los porcentajes indicados anteriormente, luego esta demanda será proyectada multiplicando por el porcentaje de crecimiento turístico del Ecuador en el 2012 que fue del 12% anual, como las ventas se proyectarán de manera trimestral se tendría un porcentaje de crecimiento turístico cada 3 meses del 3%, es decir se multiplicará el número de clientes prospectos por 0.03 % y más clientes prospectos, este resultado obtenido es la proyección de clientes trimestrales para el año 1.
- Finalmente los clientes proyectados por trimestre se multiplica por el precio unitario de venta al público cotizado originalmente por cada paquete turístico diseñado, para así obtener el ingreso trimestral y luego de la respectiva suma obtener el total de ingreso anual para cada año.
- Para el año 2 la proyección de clientes del año 1, son inicialmente los clientes prospectos por trimestre del año 2, luego son multiplicados por 0.03 %, más clientes prospectos, el resultado será la proyección de clientes

del año 2; y estos igualmente se multiplican por el precio de venta la público del año 2. Para los siguientes años se realiza el mismo procedimiento anterior.

- El precio original del año 1, a partir del año 2, será multiplicado por la tasa de inflación anual del año 2012 que fue 3.39 %; que el nuevo precio proyectado del año 2, se multiplica por 0.0339 % y sumado el mismo precio; el resultado es el nuevo precio para el año 3 y así el mismo procedimiento sucesivamente para los años 4 y 5.

TABLA N° 65. PROYECCIÓN DE INGRESOS DE VENTAS DEL PAQUETE TURISTICO SIBAMBE CULTURAL, AVENTURA Y ESPARCIMIENTO. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013.					
Meses Proyectados	Cientes Prospectos	% de crecimiento turístico trimestral	Proyección de clientes	P.V.P. Paquete	Ventas trimestrales
AÑO 1					
Ene. - mar.	133	0.03	134	172,15	23068.10
abril - junio	242	0.03	249	172.15	42865.35
julio - septiembre	406	0.03	418	172.15	71958.70
oct.- diciembre	253	0.03	261	172.15	44931.15
Unidades Vendidas			1062		=
TOTAL INGRESOS AÑO 1					182823.30
AÑO 2					
Ene. - mar.	134	0.03	138	177.99	24562.62
abril - junio	249	0.03	256	177.99	45565.44
julio - septiembre	418	0.03	430	177.99	76535.70
oct.- diciembre	261	0.03	269	177.99	47879.31
Unidades Vendidas			1093		=
TOTAL INGRESOS AÑO 2					194543.07
AÑO 3					
Ene. - mar.	138	0.03	142	184.02	26130.84
abril - junio	256	0.03	264	184.02	48581.28
julio - septiembre	430	0.03	443	184.02	81520.86
oct.- diciembre	269	0.03	277	184.02	50973.54
Unidades Vendidas			1126		=
TOTAL INGRESOS AÑO 3					207289.68

AÑO 4					
Ene. - mar.	142	0.03	146	190.26	27777.96
abril - junio	264	0.03	272	190.26	51750.72
julio - septiembre	443	0.03	456	190.26	86758.56
oct.- diciembre	277	0.03	285	190.26	54224.10
Unidades Vendidas			1159		=
TOTAL INGRESO AÑO 4					220511.34
AÑO 5					
Ene. - mar.	146	0.03	150	196.71	29506.50
abril - junio	272	0.03	280	196.71	55078.80
julio - septiembre	456	0.03	470	196.71	92453.70
oct.- diciembre	285	0.03	294	196.71	57832.74
Unidades Vendidas			1194		=
TOTAL INGRESO AÑO 5					234871.74

TABLA N° 66. PROYECCIÓN DE INGRESOS DE VENTAS DEL PAQUETE TURISTICO SIBAMBE RURAL, AGROTURISTICA Y NATURAL. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013.					
Meses Proyectados	Cientes Prospectos	% de crecimiento turístico trimestral	Proyección de clientes	P.V.P. Paquete	Ventas trimestrales
AÑO 1					
Ene. - mar.	133	0.03	134	156.10	20917.40
abril - junio	242	0.03	249	156.10	38868.90
julio - septiembre	406	0.03	418	156.10	65249.80
oct.- diciembre	253	0.03	261	156.10	40742.10
Unidades Vendidas			1062		=
TOTAL INGRESOS AÑO 1					165778.20
AÑO 2					
Ene. - mar.	134	0.03	138	161.39	22271.82
abril - junio	249	0.03	256	161.39	41315.84
julio - septiembre	418	0.03	430	161.39	69397.70
oct.- diciembre	261	0.03	269	161.39	43413.91
Unidades Vendidas			1093		=
TOTAL INGRESOS AÑO 2					176399.27
AÑO 3					
Ene. - mar.	133	0.03	134	166.86	22359.24
abril - junio	242	0.03	249	166.86	41548.14
julio - septiembre	406	0.03	418	166.86	69747.48
oct.- diciembre	253	0.03	261	166.86	43550.46
Unidades Vendidas			1126		=
TOTAL INGRESOS AÑO 3					177205.32

AÑO 4					
Ene. - mar.	142	0.03	146	172.62	25202.52
abril - junio	264	0.03	272	172.62	46952.64
julio - septiembre	443	0.03	456	172.62	78714.72
oct.- diciembre	277	0.03	285	172.62	49196.70
Unidades Vendidas			1159		=
TOTAL INGRESO AÑO 4					200066.58
AÑO 5					
Ene. - mar.	146	0.03	150	178.47	26770.50
abril - junio	272	0.03	280	178.47	49971.60
julio - septiembre	456	0.03	470	178.47	83880.90
oct.- diciembre	285	0.03	294	178.47	52470.18
Unidades Vendidas			1194		=
TOTAL INGRESO AÑO 5					213093.18

TABLA N° 67. TOTAL DE UNIDADES VENDIDAS E INGRESOS DE VENTAS PROYECTADAS. SIBAMBIS TOURISM. CIA. LTDA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013		
Paquetes Diseñados	AÑO 1	
Sibambe cultural, aventura y esparcimiento	Total de Unidades Vendidas	Total Ingresos por ventas \$
	1062	182823.30
	AÑO 2	
	Total de Unidades Vendidas	Total Ingresos por ventas \$
	1093	194543.07
	AÑO 3	
	Total de Unidades Vendidas	Total Ingresos por ventas \$
	1126	207289.68
	AÑO 4	
	Total de Unidades Vendidas	Total Ingresos por ventas \$
	1159	220511.34
	AÑO 5	
	Total de Unidades Vendidas	Total Ingresos por ventas \$
	1194	234871.74
	Sibambe rural, agroturística y natural	AÑO 1
Total de Unidades Vendidas		Total Ingresos por ventas \$
1062		165778.20
AÑO 2		
Total de Unidades Vendidas		Total Ingresos por ventas \$
1093		176399.27
AÑO 3		
Total de Unidades Vendidas		Total Ingresos por ventas \$
1126		177205.32
AÑO 4		
Total de Unidades Vendidas		Total Ingresos por ventas \$
1159		200066.58
AÑO 5		
Total de Unidades Vendidas		Total Ingresos por ventas \$
1194		213093.18

Reflejado los datos de la tabla anterior se concluye que el total de ingresos por ventas entre ambos paquetes diseñados son:

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 348601.50	\$ 370942.34	\$ 384495.00	\$ 420577.92	\$ 447964.92

5.1.5. Costos de Producción de Servicios.- Se refieren a los costos cuantificados que implicarían la elaboración de un producto, en el caso de las empresas turísticas serán los costos operativos en la cotización de un paquete turístico tales como alojamiento, alimentación, transporte, entre otros (VER TABLAS N° 47 Y N° 48), en otras palabras vendrán a ser los costos variables del proyecto. Para Sibambis Tourism Operadora Turística Cía. Ltda., dichos costos son calculados en relación al número de paquetes vendidos según la proyección de ingresos por tours. (VER TABLA N° 67), es decir por ejemplo si se ha vendido 1062 unidades se multiplicará por el costo operativo por unidad para obtener el total de costos operativos anuales. A partir del año 2 se proyectan los costos operativos por unidad, multiplicando los costos del año 1 por la tasa de inflación anteriormente dicha 0.0339% más el costo operativo.

TABLA N° 68. COSTOS DE PRODUCCIÓN DE TOURS. SIBAMBIS TOURISM. CIA. LTDA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013			
Paquetes Diseñados	AÑO 1		
Sibambe cultural, aventura y esparcimiento	Total de Unidades Vendidas	Total costo operativo por unidad \$	Total costos operativos \$
	1062	140.65	149370.30
	AÑO 2		
	Total de Unidades Vendidas	Total costo operativo por unidad \$	Total costos operativos \$
	1093	145.41	158933.13
	AÑO 3		
	Total de Unidades Vendidas	Total costo operativo por unidad \$	Total costos operativos \$
	1126	150.34	169282.84
	AÑO 4		
	Total de Unidades Vendidas	Total costo operativo por unidad \$	Total costos operativos \$

	1159	155.43	180143.37
	AÑO 5		
	Total de Unidades Vendidas	Total costo operativo por unidad \$	Total costos operativos \$
	1194	160.70	191875.80
Sibambe rural, agroturística y natural	AÑO 1		
	Total de Unidades Vendidas	Total costo operativo por unidad \$	Total costos operativos \$
	1062	127.53	135436.86
	AÑO 2		
	Total de Unidades Vendidas	Total costo operativo por unidad \$	Total costos operativos \$
	1093	131.85	144112.05
	AÑO 3		
	Total de Unidades Vendidas	Total costo operativo por unidad \$	Total costos operativos \$
	1126	136.32	153493.32
	AÑO 4		
	Total de Unidades Vendidas	Total costo operativo por unidad \$	Total costos operativos \$
	1159	140.94	163349.46
	AÑO 5		
	Total de Unidades Vendidas	Total costo operativo por unidad \$	Total costos operativos \$
	1194	145.71	173977.74

Reflejado los datos de la tabla anterior se concluye que el total de costos operativos entre ambos paquetes diseñados son:

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 284807.16	\$ 303045.18	\$ 322776.16	\$ 343492.83	\$ 365853.54

5.1.6. Costos del Proyecto en operación.- Lo conforman los costos variables como son: los costos de producción que serán la suma del total del costo operativo entre ambos paquetes por cada año respectivo como se mostró anteriormente, más el gasto de depreciación de instalaciones, el de ventas por la publicidad y propaganda que se emita; los financieros los intereses del préstamo; y los costos fijos que vendrían a ser los costos de administración detallados.

TABLA Nº 69. COSTOS DEL PROYECTO SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA.					
FUENTE: GALARZA, 2011, P 36. AUTOR: YEPEZ, DAVID, 2013.					
RUBROS	AÑOS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. Costo de Producción					
Costos de Producción de Servicios	284807.16	303045.18	322776.16	343492.83	365853.54
Gasto Depreciación de Instalaciones	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	284887.16	303125.18	322856.16	343572.83	365933.54
2. Costo de Administración					
Sueldos y Salarios Personal	16785.00	17065.29	17643.79	18487.91	18835.49
Agua potable	620,34	641,37	663,11	685,59	708,83
Energía eléctrica	620,34	641,37	663,11	685,59	708,83
Telefonía fija	496,27	513,10	530,49	548,47	567,07
Telefonía celular	372,20	384,82	397,87	411,35	425,30
Internet	496,27	513,10	530,49	548,47	567,07
Tv Pagada	248,14	256,55	265,24	274,24	283,53
Arriendo	1240,68	1282,74	1326,22	1371,18	1417,67
Suministros y materiales de oficina	620,34	641,37	663,11	685,59	708,83
Suministros y materiales de aseo	620,34	641,37	663,11	685,59	708,83
Gastos de depreciación de suministros de oficina	12.50	12.50	12.50	12.50	12.50
Gastos de depreciación de suministros de aseo	12.50	12.50	12.50	12.50	12.50
Gastos de depreciación de muebles y enseres	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00
Gastos de depreciación de equipos de cómputo y tecnología	888.93	888.93	888.93	888.93	888.93
Gastos de amortización de activos diferidos	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00
TOTAL COSTO DE ADMINISTRACIÓN	23643.85	39109.28	41046.50	42386.33	43771.55
3. Costo de Venta					
Publicidad	3101,70	3206,85	3315,56	3427,96	3544,16
Promoción	3101,70	3206,85	3315,56	3427,96	3544,16
TOTAL COSTO DE VENTA	6203.40	6413.70	6631.12	6855.92	7088.32
4. Costo Financiero					
Intereses Bancarios	423.61	256.94	90.28	0.00	0.00
TOTAL COSTO FINANCIERO	423.61	256.94	90.28	0.00	0.00
SUMAN	315158.02	348905.10	370624.06	392815.08	416793.41

5.1.7. Punto de Equilibrio.- Se lo conoce también con el nombre de punto muerto o umbral de rentabilidad, ya que este determinará en que punto los ingresos totales se equiparán con los costos totales para saber si existe o no

rentabilidad o pérdida. Existen varias formas para calcular el Punto de Equilibrio, aquí se utilizará la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{PVP - CVP}$$

Donde:

PE= Punto de Equilibrio

CF= Costos fijos (servicios, básicos, sueldos, arriendo, publicidad, suministros y depreciaciones = costos de administración del proyecto)

PVP= Precio de Venta por persona

CVP= Costo operativo o de venta por persona. (Álvaro, 2010, P. 94).

A continuación se calcula el punto de equilibrio anual año 2013 de Sibambis Tourism Operadora Turística Cía. Ltda., en base a los costos de administración proyectados, costo operativo por persona y precios cotizados de los 2 paquetes turísticos diseñados. (VER TABLAS N° 69, N° 68 y N° 65 – 66 respectivamente).

$$PE = \frac{23643.85}{328.25 - 268.18} = PE = \frac{23643.85}{60.07} = PE = 393.60 = 394 \text{ paquetes anuales}$$

Esto significaría que a partir de las 395 ventas entre los 2 paquetes turísticos ofertados, se obtendría rentabilidad, puesto que con los 394 ventas, se lograría cubrir los costos y no habrá pérdidas ni ganancias, caso contrario si hay inferioridad de compradores habrá pérdidas.

TABLA Nº 70. VALORES DEL PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL 2013. SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013	
P.V.P. (2 paquetes ofertados)	328.25
Costo Variable Unitario	268,18
Costos Fijos	23643.85
Punto de Equilibrio	393.60
Cantidad de Unidades Vendidas	394
Valor en dólares ventas	129330.50
Valor en dólares costo variable	105662.92
Valor en dólares Costos Fijos	23643.85
Costos Totales	129306.77
Beneficio	23.73

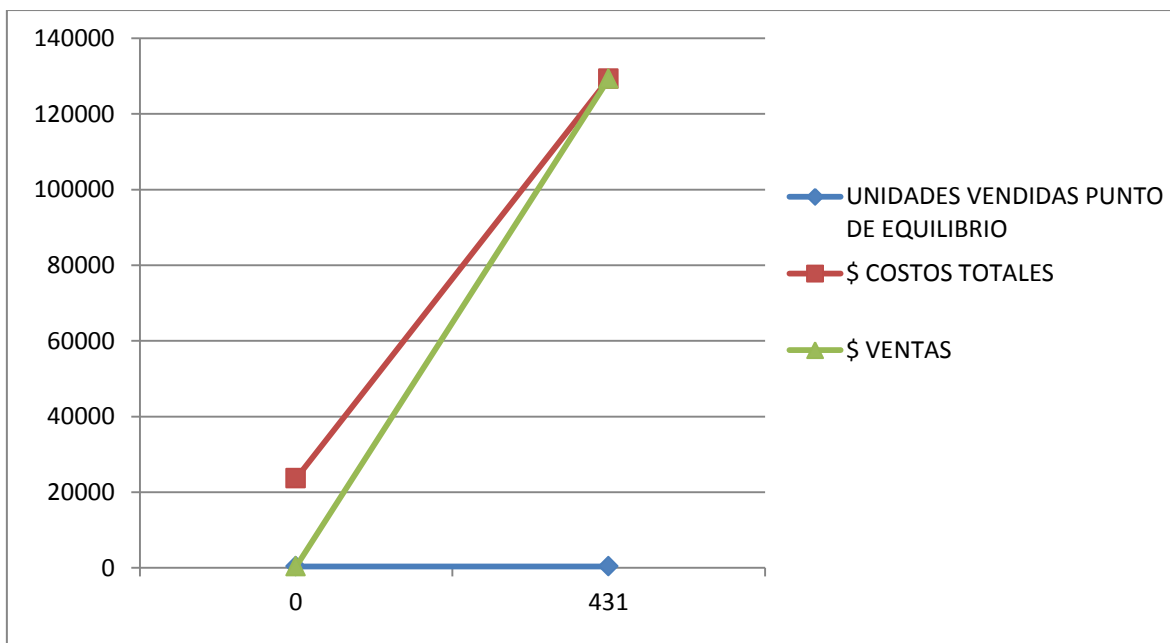


IMAGEN Nº 35. GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2013. SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA. FUENTE: TABLA Nº 69. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013

5.2. Presupuestos Financieros: Son los que permiten analizar la realidad económica y rentable de una empresa, y en función de aquello tomar acciones de control de gastos o inversión, entre otras decisiones que beneficien a la entidad.

Estos presupuestos son: el estado de resultados, flujo de caja proyectada y el estado de situación inicial t final.

5.2.0. Estado de Resultados Proyectado.- Se lo conoce también como estado de pérdidas o ganancias, en el caso de Sibambis Tourism Cía. Ltda., los ingresos de ventas proyectadas serán con los 2 paquetes turísticos diseñados y sus respectivos costos de producción.

TABLA Nº 71. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA. FUENTE: GALARZA, 2011, P. 40. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013.					
CONCEPTOS	AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Ingresos venta de servicios	348601.50	370942.34	384495.00	420577.92	447964.92
(-) Costo de Producción	284887.16	303125.18	322856.16	343572.83	365933.54
Costos de Producción de Servicios	284807.16	303045.18	322776.16	343492.83	365853.54
Gasto Depreciación de Instalaciones	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
(-) Costo de Ventas	6203.40	6413.70	6631.12	6855.92	7088.32
Publicidad	3101,70	3206,85	3315,56	3427,96	3544,16
Promoción	3101,70	3206,85	3315,56	3427,96	3544,16
(=) Utilidad Bruta de Operación	57510.94	61403.46	55007.72	70149.17	74943.06
(-) Costo Administrativo	23643.85	39109.28	41046.50	42386.33	43771.55
Sueldos y Salarios Personal	16785.00	17065.29	17643.79	18487.91	18835.49
Agua potable	620,34	641,37	663,11	685,59	708,83
Energía eléctrica	620,34	641,37	663,11	685,59	708,83
Telefonía fija	496,27	513,10	530,49	548,47	567,07
Telefonía celular	372,20	384,82	397,87	411,35	425,30
Internet	496,27	513,10	530,49	548,47	567,07
Tv Pagada	248,14	256,55	265,24	274,24	283,53
Arriendo	1240,68	1282,74	1326,22	1371,18	1417,67
Suministros y materiales de oficina	620,34	641,37	663,11	685,59	708,83
Suministros y materiales de aseo	620,34	641,37	663,11	685,59	708,83
Gastos de depreciación de suministros de oficina	12.50	12.50	12.50	12.50	12.50

Gastos de depreciación de suministros de aseo	12.50	12.50	12.50	12.50	12.50
Gastos de depreciación de muebles y enseres	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00
Gastos de depreciación de equipos de cómputo y tecnología	888.93	888.93	888.93	888.93	888.93
Gastos de amortización de activos diferidos	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00
(=) Utilidad Neta de Operación	33867.09	22294.18	13961.22	27762.84	31171.51
(-) Costo Financiero	423.61	256.94	90.28	0.00	0.00
(=) Utilidad antes de Rep. Utilidades e Impuestos	33443.48	22037.24	13870.94	27762.84	31171.51
(-) Reparto Utilidades Trabajadores 15%	5016.52	3305.57	2080.64	4164.42	4675.72
(=) Utilidad antes Impuestos	28426.96	18731.67	11790.30	23598.42	26495.79
(-) Impuesto a la renta 22%	6253.93	4120.96	2593.86	5191.65	5829.07
(=) Utilidad o Pérdida del Ejercicio	22173.03	14610.71	9196.44	18406.47	20666.72

Como se puede observar el primer año de operación habrá una ganancia exitosa de \$ 22173.03, si se cumplen las expectativas de ventas proyectadas entre ambos paquetes turísticos cotizados, esto obedece también a que se empieza a operar con 2 personas, es decir el costo administrativo de sueldos será bajo, lo que implica que dentro del mismo año se irá incrementando personal como guías, contador y demás puestos de trabajo que demande la actividad, de igual forma con dicha utilidad se cubriría en la totalidad la deuda inicial de \$ 5000.00; para los años siguientes de operación se percibe ganancias pero en forma decreciente, esto sin duda refleja que en dichos años de funcionamiento, abaratar costos de producción de servicios sin reducción de calidad de los mismos para que la utilidad que se genere sea en forma creciente.

5.2.1. Flujo de Caja Proyectado.- Es el análisis de ingresos y egresos en función del tiempo de operación, este puede ser mensual, trimestral, semestral o anual.

TABLA N° 72. FLUJO NETO DE CAJA PROYECTADO DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA. FUENTE: GALARZA, 2011, P. 41. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013.						
RUBROS	AÑOS					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Ingresos venta de servicios		348601.50	370942.34	384495.00	420577.92	447964.92
(-) Costos de Producción		284887.16	303125.18	322856.16	343572.83	365933.54
(-) Costos de Administración		23643.85	39109.28	41046.50	42386.33	43771.55
(-) Costo de Ventas		6203.40	6413.70	6631.12	6855.92	7088.32
(-) Costos Financieros		423.61	256.94	90.28	0.00	0.00
(=) Utilidad antes Utilidad e Impuestos		33443.48	22037.24	13870.94	27762.84	31171.51
(-) Reparto de Utilidades 15%		5016.52	3305.57	2080.64	4164.42	4675.72
(=) Utilidad antes de Impuestos		28426.96	18731.67	11790.30	23598.42	26495.79
(-) Impuestos 22%		6253.93	4120.96	2593.86	5191.65	5829.07
(=) Utilidad Pérdida neta ejercicio		22173.03	14610.71	9196.44	18406.47	20666.72
(+) Depreciaciones activos fijos		1083.93	1083.93	1058.93	170.00	170.00
(+) Amortización Activo Nominal		520,00	520,00	520,00	520,00	520.00
(-) Inversión en equipos de computo y tecnología	-4000.00					
(-) Inversión de muebles y enseres	1000.00					
(-) Inversión en suministros	-100.00					
(-) Inversión en Instalaciones	-500.00					
(-) Inversión en Activo Nominal o diferido	-2600,00					
(-) Inversión Capital de trabajo		-4291.05				
(+) Préstamo	5000,00					
(-) Cuotas de amortización Préstamo		-2090.28	-1923.61	-1756.94	0.00	0.00
FLUJO NETO DE CAJA	8200.00	19485.91	13251.03	9018.43	19096.47	21356.72

Como se observa en la tabla al inicio y de operación, se observa un flujo de caja negativo, que obviamente será porque el dinero en efectivo será destinado a la inversión que demanda el proyecto, no obstante para los siguientes años de operación se proyecta buenos ingresos de efectivo en caja, que de forma muy similar al balance de pérdidas o ganancias, se observa que en el año 2 y 3 es decreciente en comparación con el primer año de operación, esto como se indico anteriormente se debe a que se empieza la operación con un mínimo personal de trabajo, implicando bajos costos de administración, dando lugar a la contratación de personal que demanda la actividad, así como también invertir en activos fijos como por ejemplo equipos de deportes extremos.

5.2.2. Estado de Situación Inicial.- Es aquel que se realiza al empezar la operación es decir el año 0 de funcionamiento en función de la ecuación contable:

Activo= Pasivo + Patrimonio

TABLA N° 73. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL AÑO 0 DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURÍSTICA CIA LTDA. AUTOR; YÉPEZ, DAVID, 2013	
ACTIVOS	
Activos Corrientes	
Caja / bancos	4291.05
Total Activos Corrientes	4291.05
Equipos de computación	4000.00
Muebles y enseres	1000,00
Instalaciones y adecuaciones de oficina	500.00
Suministros y materiales de oficina	100.00
Total activos fijos	5600.00
Gastos de Constitución.	800,00
Gastos Legales	1300,00
Gasto publicidad inicial	1000,00
Total Activos Diferidos	2600.00
TOTAL ACTIVOS	12491.05
PASIVOS	
Préstamo Bancario	5000.00
TOTAL PASIVOS	5000.00
PATRIMONIO	
Capital	7491.05
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	12491.05

5.2.3. Balance Final Projectado.- Al igual que en el estado de situación inicial se lo realiza en función de la ecuación contable: Activo= Pasivo + Patrimonio, con la diferencia de que habrá nuevas cuentas como las depreciaciones de activos fijos de la TABLA N° 63, intereses por pagar de la TABLA N° 59, y las utilidades e impuestos de la TABLA N° 71; y la cuenta caja/bancos es el flujo de caja proyectado para cada año dicho en la TABLA N° 72.

TABLA Nº 74. BALANCE FINAL DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURISTICA CIA LTDA AL 31 DE DICIEMBRE DE LOS AÑO PROYECTADOS. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013.					
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES					
Caja / bancos	19485.91	13251.03	9018.43	19096.47	21356.72
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	19485.91	13251.03	9018.43	19096.47	21356.72
ACTIVOS FIJOS					
Equipos de computación y tecnología	4000.00	4000.00	4000.00	4000.00	4000.00
(-) Depreciación equipos de cómputo y tecnología	-888.93	-1777.86	-2666.79	0.00	0.00
Muebles y enseres	1000.00	1000.00	1000.00	1000.00	1000.00
(-) Depreciación muebles y enseres	-90.00	-180.00	-270.00	-360.00	-450.00
Instalaciones y adecuaciones de oficina	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
(-) Depreciación instalaciones y adecuaciones	-80.00	-160.00	-240.00	-320.00	-400.00
Suministros y materiales de oficina y aseo	100.00	100.00	0.00	0.00	0.00
(-) Depreciación de suministros y materiales	-25.00	-50.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	24001.98	16689.17	11341.64	23916.47	26006.72
ACTIVOS DIFERIDOS					
(-) Amortización acumulada	-520.00	-1040.00	-1560.00	-2080.00	--2600.00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	-520.	-1040.00	-1560.00	-2080.00	-2600.00
TOTAL ACTIVOS	23481.98	15643.17	9781.64	21836.47	23406.72
PASIVOS					
PASIVOS CORTO PLAZO					
Intereses por pagar	423.61	256.91	90.28	0.00	0.00
Utilidades por pagar 15% trabajadores	5016.52	3305.57	2080.64	4164.42	4675.72
Impuesto a la renta por pagar 22%	6253.93	4120.96	2593.86	5191.65	5829.07
TOTAL PASIVOS CORTO PLAZO	11694.06	7683.44	4764.78	9356.07	10504.79
PASIVOS LARGO PLAZO					
Préstamo Bancario	3333.33	1666.67	0.00	0.00	0.00
TOTAL PASIVOS LARGO P.	3333.33	1666.67	0.00	0.00	0.00
TOTAL PASIVOS	15027.39	9350.11	4764.78	9356.07	10504.79
PATRIMONIO					
Capital	8454.59	6293.06	5016.86	12480.40	12901.93
TOTAL PATRIMONIO	8454.59	6293.06	5016.86	12480.40	12901.93
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	23481.98	15643.17	9781.64	21836.47	23406.72

5.3. VAN.- Es el Valor Actual Neto de un proyecto, y su objetivo consiste en traer a la fecha actual los valores diferenciales de ingresos y egresos en función de inversión realizada. (Galarza, 2010. P. 26).

VAN= FED – Inversión

FED (Flujo de Efectivo Descontados)

FEN= Flujo Efectivo de Caja

i= Tasa de interés pasiva año 2012 = 4.53% (<http://www.bce.fin.ec/>).

$FED = FEN / (1 + i)^n$

n= # de años

TABLA Nª 75. VALOR ACTUAL NETO PROYECTADO DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA TURISTICA CIA LTDA. FUENTE: GALARZA, 2010, P. 26. AUTOR: YÉPEZ, DAVID, 2013						
# DE AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FEN	-8200.00	19485.91	13251.03	9018.43	19096.47	21356.72
FED	-8200.00	18641.45	12127.40	7896.01	15995.18	17113.14
INVERSIÓN	12491.05	12491.05	12491.05	12491.05	12491.05	12491.05
VAN		6150.40	-363.64	-4595.04	3504.13	4622.09

5.4. TIR.- Es la tasa interna de retorno, que en términos financieros evaluativos, se trata de calcular el tiempo que se demoraría el proyecto en recuperar la inversión realizada al inicio del mismo. Su fórmula es:

$$TIR = \frac{FEN}{INVERSIÓN}^n$$

El valor negativo del año 1 pasará a ser positivo puesto que no existe raíz de un número negativo. Reemplazando datos tenemos:

$$TIR = \frac{8200.00}{12491.05} = 1 \times 100 = 100\%$$

VRI (valor de recuperación de la Inversión) = 1/TIR

$$VRI = 1/1 = 1$$

Tiempo de Recuperación Total de la inversión Inicial = 1 AÑO

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINALES

6.1. CONCLUSIONES FINALES.- A lo largo del proceso y elaboración del presente trabajo de titulación, se llega a las siguientes conclusiones finales:

- La creciente actividad turística del Ecuador en los últimos años, permitirá desarrollar varias modalidades de turismo aún no desarrolladas en nuestro país como el turismo rural, gastronómico o incluso el agroturismo en lugares poco conocidos pero que cuentan con gran potencial turístico que ofertar, y como gran ventaja estos se encuentran cercanos a grandes atractivos turísticos reconocidos a nivel nacional e internacional; tal es el caso de La Parroquia Rural de Sibambe ubicada a 13 km de la Ruta férrea Nariz del Diablo atractivo turístico de jerarquía III, conocido mundialmente como El tren más difícil del mundo, y que diariamente cuenta con gran afluencia de viajeros nacionales y extranjeros.
- En las fichas de observación realizadas se determina que el área de influencia de la Ruta Férrea Nariz del Diablo esta conformado por las poblaciones de Alausí, Sibambe, Nizag y Tolte, con sus respectivas estaciones del tren (Alausí y Sibambe), que en conjunto manejan los principios del turismo sostenible: amigable con el ambiente porque no se observó mayores problemas ambientales como contaminación por basura o industrias tóxicas; económicamente rentable porque sus pobladores han mejorado sus condiciones económicas obteniendo una fuente de trabajo en la actividad turística; y sociocultural participativo e incluyente, porque los

pobladores involucrados participan activamente resaltando sus costumbres y tradiciones a través de sus bailes y artesanías típicas.

- De la misma forma se observó en conjunto que en el área de influencia de la Ruta Férrea Nariz del Diablo, tiene una buena planta turística en sus servicios de estadía o conexos como alimentación, alojamiento, transporte y esparcimiento; en cuanto a los servicios de intermediación como agencias de viajes y profesionales del turismo, todos se concentran en la ciudad de Alausí como centro de operación turística, finalmente en lo que respecta a los servicios anexos como salud, educación, consumo, producción, intercambio, y seguridad, la mayoría se localiza en Alausí por ser la cabecera cantonal del cantón de su mismo nombre.
- Se determina en el análisis de mercado por medio de las encuestas realizadas tomando en cuenta los perfiles de los clientes tanto nacionales como extranjeros, que el tipo de turista que viajará a Sibambe en su mayoría será del tipo familiar, lo que encaja perfectamente para realizar un turismo rural en la parroquia mencionada.
- Por medio del análisis Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA), se determina que la Parroquia Rural de Sibambe y sus alrededores cuentan con potenciales turísticos naturales y culturales, que carecen de planta turística y por ello aún permanecen desconocidos por la mayor parte de viajeros que llegan a la ciudad de Alausí para viajar en tren hacia La Nariz del Diablo, y esto sin duda permitirá dar apertura a la necesidad de crear nuevos proyectos turísticos como una tour operadora que diseñe, promocióne y comercialice en sus paquetes a dichos atractivos, y en conjunto con autoridades y comuneros locales trabajar en

cooperación para dotar de servicios turísticos esenciales a la parroquia tales como alojamiento, alimentación y transporte, logrando así que dichos potenciales turísticos se conviertan en verdaderos atractivos turísticos, permitiendo de esa manera que la parroquia Rural de Sibambe sea considerada dentro del Destino Turístico Regional Sierra Centro (DTR'S).

- El acuerdo de cooperación y vinculación con la comunidad firmado entre El Gobierno Autónomo Parroquial de Sibambe, mediante su máxima autoridad El Profesor Miguel Ángel Gallegos Presidente de la Junta Parroquial, y La Universidad Iberoamericana del Ecuador, permitirá dar apertura a capacitaciones y talleres a sus pobladores, para que la actividad turística a desarrollar en Sibambe empiece con calidad.
- La Nariz del Diablo es un atractivo turístico de jerarquía III posicionado en el mercado nacional e internacional, por tal razón aprovechando esta ventaja competitiva, se creará Sibambis Tourism Operadora Turística Cía Ltda., en donde a diferencia de sus competidores ofertará paquetes de turismo con nuevas modalidades turísticas como el turismo rural y gastronómico, hacia la Parroquia Rural de Sibambe y sus alrededores en donde el viajero visitante experimente en tours no muy alargados las tres tendencias de mayor mercado: cultura, aventura y entretenimiento.
- Sibambis Tourism Operadora Turística Cía. Ltda., será una empresa de economía mixta, domiciliada físicamente en la ciudad de Alausí con su extensión como empresa virtual en la ciudad de Quito; que se conformará con un capital social entre el sector público por medio del Gobierno Autónomo Descentralizado de Sibambe como entidad jurídica y el sector

privado que lo conformarán el creador del proyecto y la comunidad de Sibambe por medio de sus familias como personas naturales.

- De acuerdo al estudio financiero, realizado la creación de Sibambis Tourism Cía. Ltda., es totalmente rentable, ya que desde el primer año de operación habrá ganancias y la recuperación del capital invertido será recuperado en el primer año de operación, así como también con dichas ganancias también se cubrirá en la totalidad el pago de deudas con el que se empezó la operación; todo esto lógicamente si se cumple con las proyecciones de ventas calculadas en base a la demanda histórica de turistas hacia la Nariz del Diablo.
- Las proyecciones de ventas calculadas para el primer año de funcionamiento son: 1062 ventas entre los 2 paquetes turísticos cotizados, 531 paquetes vendidos al año del un tour y 531 paquetes vendidos al año del segundo tour, haciendo la relación mensual, como mínimo se tendría que vender mensualmente a 88 turistas entre los 2 paquetes turísticos diseñados para generar las ganancias proyectadas.
- La creación de Sibambis Tourism Operadora Turística Cía. Ltda., será un proyecto turístico sostenible para la revalorización cultural de La Parroquia Rural de Sibambe a lo largo de la Ruta Férrea Nariz del Diablo, porque las diferentes actividades turísticas que empiecen a desarrollarse en la comunidad producto de la comercialización de sus paquetes, no solo beneficiará de manera económica a sus pobladores, sino también de manera intangible aportando a la revalorización cultural de su pueblo, ya que el turista que viaja en tren hacia la Nariz del Diablo, tendrá la oportunidad de conocer una parroquia acogedora y compartir el diario vivir

con su comunidad con sus múltiples manifestaciones culturales olvidadas por muchos, de esta forma el turista contribuirá a difundir a más viajeros a que visiten la localidad, logrando así paulatinamente que el nombre de Sibambe como parroquia sea reconocida, revalorada y no olvidada, fomentando así el conocimiento de la diversidad cultural.

6.2. RECOMENDACIONES FINALES.

- Desarrollar un turismo rural en la Parroquia de Sibambe, en donde la principal comunidad anfitriona sea su población como tal, para lo cual la misma tendría que comenzar de forma organizada y capacitada a alquilar sus casas o terrenos para dar hospedaje o acampamiento a los turistas que empiecen a llegar al sitio, de la misma forma brindar servicios de alimentación con productos típicos de sus cultivos.
- Por medio del turismo que se desarrolle hacia la Parroquia Rural de Sibambe, la comunidad anfitriona, debería empezar a promocionar hacia otras regiones sus atractivos turísticos y actividades que en la localidad se están desarrollando, aprovechando que una parte de sus pobladores viajan a comercializar sus productos lácteos o agrícolas; esto incrementaría la promoción directa de Sibambis Tourism.
- El Gobierno Autónomo Parroquial de Sibambe, como entidad de Estado, a través de acuerdos interinstitucionales entre los organismos públicos y privados, debería impulsar la creación urgente de lugares de hospedaje en la Parroquia como tal, ya que al momento son inexistentes.

- Desde el enfoque público, se recomienda que las políticas públicas en el Ecuador del sector cultural y turístico se estructuren de manera equitativa en el territorio sin privilegiar ámbito alguno, equilibrando la inversión en cultura y turismo hacia los sectores menos conocidos y privilegiados, porque muchos de los territorios con aptitud turística como Sibambe y sus alrededores son algunos sitios con pobreza y un bajo nivel de cobertura en servicios básicos, donde sus habitantes han sido relegados de los beneficios directos de la actividad turística.
- Todas las actividades de turismo que se realicen dentro o fuera de la Parroquia Rural de Sibambe, sean desarrollada bajo los parámetros de sostenibilidad, principalmente manteniendo equilibrada la capacidad de carga estipulada en relación a su superficie como lo dictan los estándares internacionales en el aspecto indicado.
- Todo el estudio financiero fue realizado en base a presupuestos es decir antes de constituir la empresa y el supuesto que sucedería cuando ya este en marcha la misma; dichos presupuestos fueron elaborados con proyecciones de acuerdo a datos estadísticos reales de la demanda histórica turística hacia la Nariz del Diablo, razón por la cual se recomienda que al momento de poner en marcha la operadora turística Sibambis Tourism, se haga una evaluación constante de los datos obtenidos en el estudio financiero y los valores reales que se estén percibiendo, para de esta manera tomar decisiones acertadas como por ejemplo contratar más personal idóneo que permita incrementar el trabajo turístico, o invertir en más publicidad o capacitación entre otras que beneficien a la empresa y por ende a la comunidad y Parroquia Rural de Sibambe.

- Se recomienda que el eslogan y logotipo diseñados previamente como marca corporativa de la operadora en el presente trabajo, sean elaborados de forma profesional con un diseñador gráfico publicitario, sin alterar la esencia gráfica ni su eslogan.
- Una vez constituida la empresa legalmente, si aún no se ha conseguido el local físico donde funcionará la operadora ni el personal adecuado, se recomienda comenzar a operar de manera virtual, de acuerdo a La Ley de comercio electrónico vigente del Ecuador en sus artículos 44 al 47. (VER ANEXO N° 13).

BIBLIOGRAFIA

- Aguilar, Manuel. 2004. *Nuestros Ecuador Cuentos*. Quito. Editorial. Codgraf.
- Álvaro, Gustavo. 2010. *Manual Para el Planificador de Viajes*. Manta. Ediciones Mar Abierto.
- A. Sapac, Chain. 2004. *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México. Editorial Trillas.
- Borja, L., J. Casanovas y R. Bosch. 2002. *El Consumidor Turístico*. Madrid. Esic Editores.
- Barrera, E. Muñoz. 2009. *Manual para micro, pequeños y medianos empresarios rurales*. Buenos Aires. Editorial. VCR Impresiones.
- Boullon, R. 2004, *Planificación del Espacio Turístico*. México. Editorial Trillas.
- Casasola, Luis. *Turismo y Ambiente*. México. 2010 Editorial Trillas.
- Feo, José Vicente. 2005. *Nuevo Identidades Sociales 3*. Bogotá. Editorial Norma.
- Galarza, Carlos. 2010. *Diseño y Elaboración de Proyectos Turísticos*. Universidad Iberoamericana del Ecuador. Escuela de Hotelería y Turismo. Séptimo Nivel. Módulo no publicado.
- Galarza, Carlos. 2010. *Fundamentos de Marketing Turístico Hotelero*. Universidad Iberoamericana del Ecuador. Escuela de Hotelería y Turismo. Quinto Nivel. Módulo no publicado.
- Galarza, Carlos. 2011. *Presupuestos de Empresas Turísticas y Hoteleras*. Universidad Iberoamericana del Ecuador. Escuela de Hotelería y Turismo. Sexto Nivel. Módulo no publicado.
- Gómez, Manuel. M. 2005. *Ordenación y Desarrollo del Turismo en España y Francia*. Madrid. Editorial. Casa de Velásquez.
- Jafar, J. 2002. *Enciclopedia del Turismo*. Madrid. Editorial Síntesis.
- López B. Héctor. 2003. *Revista Javeriana*. Bogotá. Editora L. Canal y Asociados.

- Mathieson, Alister y G. WALL. 2006. *Turismo. Repercusiones económicas, físicas y sociales*. Editorial Trillas.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. 2007. *Plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible en Ecuador hacia el año 2020: PLANDETUR 2020*. Quito.
- Organización Mundial del Turismo. 2005. *Conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas de turismo. Manual Técnico N°1*. Madrid.
- *Popol-Vuh. Nueva Enciclopedia Planeta*. Volumen Segundo. 2000. Barcelona. Editorial Planeta.
- *Popol-Vuh. Diccionario Enciclopédico Larousse*. Volumen Octavo. 2000. Barcelona. Editorial Planeta.
- *Popol-Vuh. Diccionario Enciclopédico del Turismo*. 2004. Barcelona. Editorial Larrouse.
- Quezada, Renato. C. 2010. *Elementos del Turismo. Teoría, Clasificación y Actividad*. San José. Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Rea, R. 2011. *Plan de negocios para la creación de Una operadora turística Del complejo Vacacional “chacras mar azul”*. Trabajo de Titulación. Universidad de Especialidades Turísticas. Escuela de Turismo. Quito. Pp. 98-105
- Reyes, Ávila. 2008. *Turismo Sostenible*. Madrid. Editorial IEPALA.
- Rodríguez, Roberto. 2005. *La Región Interandina Ecuatoriana*. Quito Editorial Miraflores.
- Florencia, Mariana. 2010. *Turismo Rural en la Argentina. Concepto, situación y Perspectivas*. Buenos Aires. Ediciones IICA.
- Ruiz, E. y D. Solís. 2007. *Turismo Comunitario en Ecuador. Desarrollo y Sostenibilidad Social*. Quito. Editorial Abya –Yala.
- Servicio de Información y Atención al Turista de Alausí (ITUR). 2011. *Guía Turística del Cantón Alausí*. Documento no publicado.
- Soriano, Claudio. 2009. *El Plan de Marketing Personal*. Madrid. Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Terán, Francisco. 2005. *Geografía del Ecuador*. Quito. Editorial Libresa.
- Tierra, P. 2009. *Planificación Territorial*. Escuela Superior Politécnica del Chimborazo. Escuela de Ingeniería en Ecoturismo. Texto no Publicado.

- Villavicencio, Manuel. 2006. *Geografía de la República del Ecuador*. Quito. Editorial: Corporación Editora Nacional.
- WWF España. 2011. *Directrices para el Desarrollo del Turismo Comunitario*. Madrid. Editorial Ibérica S.A.

SITIOS WEB

- <http://alausitours.com/web/>. (Fecha de consulta 01 de Octubre 2012).
- (<http://athpaipa.blogia.com/2011/052501-definicion-de-programas-turisticos.php>). (Fecha de consulta 25 de agosto 2012).
- http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion_mensual. (Fecha de consulta 04 de marzo 2013)
- https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=49&Itemid=88 (Fecha de consulta 04 de marzo 2013),
- <http://buscon.rae.es/drael/> (Fecha de consulta 22 de enero 2012).
- http://www.captur.com/codigo2002/fornularios/Docs/creacion_agencia_viajes.pdf. (Fecha de consulta 27 de febrero 2013).
- http://www.conatel.gob.ec/site_conatel/index.php?view=article&catid=48%3Anormas-del-sector&id=98%3Aley-de-comercio-electronico-firmas-electronicas-y-mensajes-de-datos&option=com_content&Itemid=103&showall=1. (Fecha de consulta 19 de mayo 2013).
- (http://www.cordtuch.org.ec/cms/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=29). (Fecha de consulta 22 de enero 2012).
- http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=189518&umt=hemos_crecido_al_doble_tasa_mundial_turismo_segura_viceministro_falconi_audio. (Fecha de consulta 31 de enero 2013),
- <http://www.eluniverso.com/2011/02/01/1/1356/ecuador-reencuentra-nariz-diablo-tren-mas-dificil-mundo.html>. (Fecha de Consulta 06 de diciembre 2011).
- <http://es.scribd.com/doc/95968030/Plan-Desarrollo-Sibambe>. (Fecha de consulta 01 de octubre 2012).

- http://www.fundecol.org/turismocomunitario/index.php?option=com_content&view=article&id=19&Itemid=85 (Fecha de consulta 04 de noviembre 2012).
- http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=61 (Fecha de consulta 20 de noviembre 2011).
- <http://www.gigaturismo.com/archives/2009/01/diccionario-de-turismo.html>. (Fecha de consulta 12 de enero 2013).
- Gutiérrez, E. 2004. *Diagnóstico de las Necesidades de Capacitación de los Barman de los Hoteles de Cinco Estrellas de Toluca y Metepec*. Trabajo de Titulación. Universidad Autónoma de México. México. En: <http://books.google.com.ec/books?id=3w7y36H1Xs8C&pg=PT20&dq=turismo+estudiantil&hl=es&sa=X&ei=PzfyUJmfAa670QHOUoGIBA&ved=0CDgQ6AEwAg>. (Fecha de consulta: 12 de enero 2013).
- <http://www.inec.gov.ec/estadisticas/> (Fecha de consulta 06 de diciembre /2011).
- <http://www.juntaparroquialsibambe.gob.ec/pagina.aspx?mp=31>. (Fecha de consulta 13 enero 2013).
- http://www.municipiodealasi.gob.ec/ciudad/detalle.php?id_inf=10&id_sec=4. (Fecha de consulta 22 de enero 2012).
- <http://www.municipiodealasi.gob.ec/regulaciones/archivos/ordenanza%20turismo%20ultima.pdf>. (Fecha de consulta 27 de febrero 2013).
- <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>. (Fecha de consulta 20 de febrero 2013).
- (<http://pachamama.org.ec/?p=1451>) (Fecha de consulta 14 de octubre 2012).
- <http://plan.senplades.gob.ec/tematica-etn-5> (Fecha de consulta 01 de octubre 2012).
- http://www.redagres.org/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=48&Itemid=30. (Fecha de consulta 05 de mayo 2013).
- http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud. (Fecha de consulta 14 de enero 2013).

- <http://sibambe.net/historia.html>. (Fecha de consulta 01 de septiembre 2012).
- <http://www.slideshare.net/zulieth/conceptos-generales-de-turismo>. (Fecha de consulta 05 de mayo 2013)
- http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf. (Fecha de consulta 04 de febrero 2013).
- <http://www.treecuador.com/index.php/rutas-del-tren/nariz-del-diablo>.(Fecha de consulta 14 de octubre 2012).
- <http://www.tododxts.com/deportes/deportes-extremos-de-riesgo/216-downhill-descenso-en-bicicleta.html>. (Fecha de consulta 08 de marzo 2013).
- http://www.turismo20.com/group/agroturismo/forum/topics/932414:Topic:3466?xg_source=activity. (Fecha de consulta 28 de abril 2013).
- (http://www.turismo.gob.ec/documentos/PIMTE_2014_Turismo). (Fecha de consulta 15 de septiembre 2012).
- <http://www.turismo.gob.ec/transparencia/> (Fecha de consulta 24 de febrero 2013).
- <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1> (Fecha de consulta 22 de noviembre 2011).
- <http://www.unesco.org/new/index.php?id=18632&L=2> (Fecha de consulta 22 de enero 2012).
- http://www.unwto.org/ethics/full_text/en/pdf/Codigo_Etico_Espl.pdf. (Fecha de consulta 03 de febrero 2013).

ANEXOS

1. RECURSOS Y PRESUPUESTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.

Actividad o Ítem	Costo
Recursos Humanos	
<ul style="list-style-type: none"> • Remunerados 	
1. Vinculación con la comunidad	130.00
2. Trabajo de Titulación	700.00
<ul style="list-style-type: none"> • No Remunerados 	
3. Estudiante	0.00
4. Encuestados	0.00
Recursos Materiales	
1. Cámara de fotos	250.00
2. Hojas de Papel Bond.	50.00
3. Cartuchos e impresiones	200.00
4. Empastados	40.00
5. Otros	50.00
Gastos Varios	
1. Viajes a Sibambe (hospedaje, alimentación, boletos del tren, entre otros)	600.00
2. Imprevistos 5%	92.50
Suma Total	2112.50

2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.

Meses	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				MES 7				MES 8				MES 9			
Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Actividades																																				
Aprobación del trabajo de Titulación																																				
Desarrollo del Capítulo I Fundamentación de ideas y Capítulo II (Marco teórico e investigación bibliográfica)																																				
Inicio del Capítulo III, levantamiento de Información por medio de fichas de observación. Trabajo de Campo. Primer viaje a Sibambe.																																				
Sintetizar, la información de trabajo de campo, análisis de de las mismas.																																				
Investigación de la oferta y demanda de turística de Alausí y Sibambe a lo Largo de la Ruta férrea Nariz del Diablo. Segundo Viaje a																																				

3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA LA CREACIÓN DE SIBAMBIS TOURISM OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA.

Meses	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6			
Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Actividad																								
Entrega y exposición del proyecto propuesto en la Junta Parroquial de Sibambe a sus autoridades gubernamentales y comunitarias para su respectivo análisis.																								
Análisis de la exposición propuesta del Proyecto por parte de La Junta Parroquial de Sibambe y su comunidad para la implementación del proyecto.																								
Firma de Acuerdo de Cooperación entre la Junta Parroquial de Sibambe, comunidad y creador del proyecto para su ejecución																								
Realización de los trámites legales para la conformación de la operadora.																								
Adquisición de oficina y adecuamientos necesarios																								
Diseño de página web y contratación del personal idóneo.																								
Puesta en marcha de la operadora																								

**4. LOCOMOTORA ACTUAL
OPERANDO ÚNICAMENTE
EN LA RUTA NARIZ DEL
DIABLO, UBICADA EN LA
ESTACIÓN DEL TREN EN
ALAUÍS ANTES DE PARTIR.
AUTOR: YÉPEZ, DAVID.**

2012

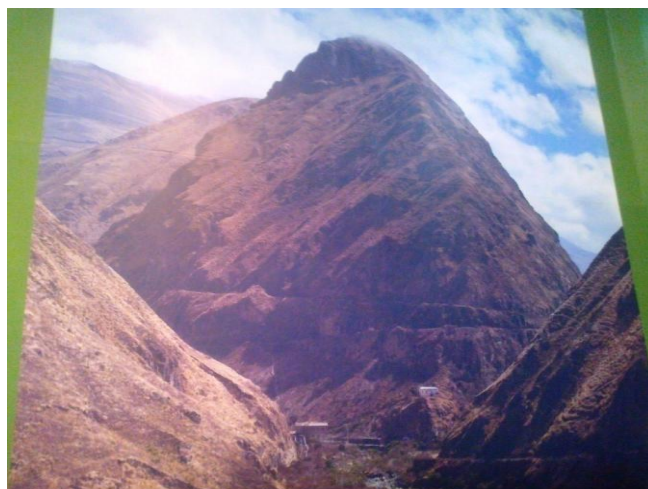


**5. VAGÓN DE MADERA COMO
SÍMBOLO CULTURAL
UBICADO EN LA ESTACIÓN
DEL TREN EN ALAUÍS.
AUTOR: YÉPEZ, DAVID.**

2012



**6. VISTA PANORÁMICA DE LA NARIZ DEL DIABLO DESDE EL INTERIOR
DEL TREN. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012**



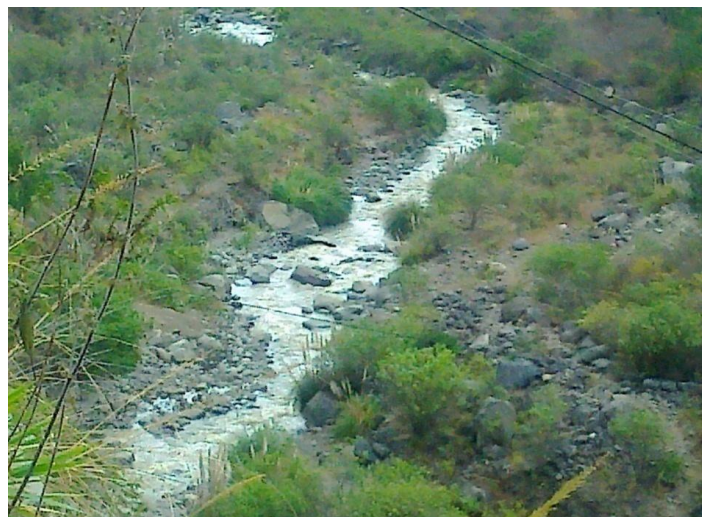
7. VISTA PANORÁMICA DE LA ESTACIÓN DEL TREN DE SIBAMBE. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012



8. ENTRADA AL CENTRO DE INTERPRETACIÓN CÓNDOR PUÑUNA UBICADA EN LA ESTACIÓN DEL TREN DE SIBAMBE. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012.



9. RÍO ALAUSÍ VISO DESDE LA ESTACIÓN DEL TREN DE SIBAMBE. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012



10. IGLESIA PARROQUIAL DE SIBAMBE. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012



11. AFUERAS DE LA JUNTA PARROQUIAL DE LA PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE. AUTOR: YÉPEZ, DAVID. 2012



12. ENTREVISTAS REALIZADAS

Entrevistad@: Isabel Caizaguano

Cargo: Guía del Ferrocarril en la Ruta Nariz del Diablo

Fecha de la entrevista: 28/07/2012

1. ¿En que fechas o épocas del año se produce gran cantidad de afluencia de turistas a Sibambe o Alausí y por ende mayor trabajo e ingresos para Ud.?

Generalmente en las épocas de vacaciones tanto de la Región costa como de la Sierra es decir entre diciembre y febrero junio y agosto, también hay mayor cantidad de gente en los feriados.

2. ¿Qué tipo de turistas son los más frecuentes aquí en Sibambe o Alausí?

Familias generalmente de Guayaquil, Quito y de las ciudades cercanas, también hay bastantes turistas extranjeros de varias nacionalidades que vienen por lo general junto a sus familias o amigos.

3. ¿Qué comunidades actualmente trabajan con ustedes desde la rehabilitación de la ruta Nariz del Diablo?

En la actualidad se encuentran vinculadas directamente 2 comunidades que son las de Tolte y Nizag

4. ¿En que tiempo se hará realidad partir desde la estación de Sibambe hacia Cuenca y Durán?

La verdad el tramo hacia la Ciudad de Cuenca no esta aún en proyecto de implementarla ya que como se puede observar no se están realizando trabajos de rehabilitación en esa ruta ya que el Presidente Correa no ha dicho nada al respecto únicamente esta siendo rehabilitada la ruta hacia la estación de Duran y que a finales de este año estará totalmente rehabilitada la mayor parte del sistema del ferrocarril, aunque lamentablemente la ruta hacia Cuenca no lo este.

Entrevistad@: Mario Tapay

Cargo: Guía del Centro de Interpretación Cóndor Puñuna y Miembro de la Comunidad de Nizag

Fecha de la entrevista: 28/07/2012

1. ¿En que fechas o épocas del año se produce gran cantidad de afluencia de turistas a Sibambe o Alausí y por ende mayor trabajo e ingresos para Ud.?

En estas fechas entre los meses de junio, julio y agosto viene bastante turista y ahí también hay mucho trabajo pero siempre gustosos de servirlos.

2. ¿Qué tipo de turistas son los más frecuentes aquí en Sibambe o Alausí?

Todo tipo de turistas nacionales y extranjeros de todas las edades desde niños hasta personas de la tercera edad.

3. ¿Qué comunidades actualmente trabajan con ustedes desde la rehabilitación de la ruta Nariz del Diablo?

Nosotros que somos de la comunidad de Nizag y que manejamos directamente el museo Cóndor Puñuna, y la comunidad de Tolte que en la parte de de abajo de la estación comparten e interactúan con los turistas de sus bailes tradicionales y sus artesanías.

4. ¿Hay la posibilidad de que alguna otra comunidad se integre y trabaje conjuntamente con ustedes en la estación de Sibambe?

Por el momento existe un proyecto desde hace algunos meses atrás de querer poner un hotel para los turistas que deseen dormir aquí en la estación y que este hotel estará a cargo de la Parroquia de Sibambe pero hasta la fecha no habido el dinero suficiente para hacerlo realidad y que comience a funcionar.

Entrevistad@: Profesor Miguel Ángel Gallegos

Cargo: Presidente de la Junta Parroquial de Sibambe

Fecha de la entrevista: 14/09/2012

1. ¿Cómo ve la situación turística de Alausí, Sibambe y sus alrededores en el presente año 2012 con relación a años anteriores?

El turismo en Alausí con la rehabilitación del ferrocarril en la ruta Nariz del Diablo se ha incrementado bastante en relación cuando no estaba habilitada dicha ruta, pero a decir la verdad únicamente la situación de la ciudad de Alausí ha mejorado con esta rehabilitación del tren, más no nuestra parroquia rural de Sibambe como tal porque a pesar de que la estación de Llegada del tren en el recorrido de la Nariz del Diablo lleva el nombre de nuestra población la realidad es que estamos abandonados y desconocidos por parte de los turistas ya que solo es el nombre de Sibambe el que conocen más no nada de nuestra parroquia como nuestras fiestas por ejemplo de Santiago de Sibambe que se llevan a cabo el 25 de julio de cada año y dura cinco días en donde todos los caseríos y comunidades de Sibambe se unen para celebrar nuestras tradiciones pero la verdad es que los 360 días restantes del año restantes somos abandonados y desconocidos por parte de los turistas que vienen a recorrer la ruta Nariz del Diablo.

2. ¿Qué proyectos turísticos actualmente se han implementado o se piensan implementar en Alausí o Sibambe producto de la rehabilitación de la ruta férrea Nariz del Diablo?

Cuando se rehabilitó el tren en Alausí la Empresa Pública de Ferrocarriles del Ecuador nos propuso darnos únicamente un puesto para vender artesanías propias de nuestra parroquia de Sibambe, pero la verdad no teníamos dichas artesanías entonces no pudimos implementar aquella propuesta, el proyecto que si se llegó a concretar y que esta a cargo de la población de nuestra parroquia es el hotel que se implementó en la estación del tren de Sibambe y que recién está funcionando hace unos 15 días aproximadamente.

3. ¿Qué líneas de proyectos turísticos a implementar en la zona podría financiar total o parcialmente el municipio de Alausí a través de sus Juntas parroquiales?

A decir verdad Las Juntas Parroquiales somos hoy en día gobiernos parroquiales autónomos que no dependemos de los municipios como era antes, desde ese punto de vista nosotros como junta parroquial autónoma de Sibambe que somos y la ley nos faculta, estaremos dispuestos a ayudar en lo que sea posible y comprometernos en lo que más podamos siempre al margen de nuestras competencias.

4. Existen actualmente proyectos turísticos en la zona encajados dentro de los objetivos del Plan del Buen Vivir 2009- 2013.

Como le mencione al principio nuestra parroquia de Sibambe aún esta olvidada y abandonada a pesar de que hemos realizado propuestas de toda índole para mejorar esta situación, pero la misma no ha mejorado mucho a veces incluso por oposición de nuestra misma población, para decir un caso nada más teníamos como junta parroquial la idea de construir un parque recreacional que no existe en la Parroquia en el sitio al frente de la iglesia donde esta una plaza abandonada, pero la gente se opuso hasta el final con el argumento de que cuando son las fiestas que son solo una vez al año ahí se realizan los corridas de toros de pueblo y no hay otro lugar donde hacer y esto era errado porque si teníamos otro lugar donde se podía realizar.

5. ¿La Junta Parroquial de Sibambe estaría dispuesta a financiar un proyecto turístico sostenible para la revalorización cultural de su parroquia?

Por supuesto que sí como le mencioné antes nosotros como junta parroquial de Sibambe autónoma que somos y la ley nos faculta estamos dispuestos a colaborar y ayudar en lo que podamos y más aún si este proyecto aportará para mejorar la situación actual de nuestra parroquia y por fin seamos reconocidos como tal no solo por el nombre de la estación del tren sino por nuestra cultura, nuestras fiestas y tradiciones, leyendas, nuestros paisajes naturales que para muchos aún son desconocidos.

13. MARCO LEGAL DEL ECUADOR PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA DE ECONOMÍA MIXTA.

LEY DE TURISMO.- De acuerdo con el Ministerio de Turismo del Ecuador publicado en su página web (<http://www.turismo.gob.ec/>), en lo referente a lo planteado indica lo siguiente:

- La iniciativa privada como pilar fundamental del sector, con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.
- La participación de los gobiernos, provincial, cantonal, parroquial, para impulsar y apoyar el desarrollo turístico dentro del marco de la descentralización.
- La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones, preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos.
- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

a. Alojamiento;

b. Servicio de alimentos y bebidas;

c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

f. Hipódromos y parques de atracciones estables.

- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.
- Para el ejercicio de actividades turísticas, se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrecen y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.
- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea este persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y la categoría a la que corresponda.
- La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo Cultural o Patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo-científico, y otros tipos de operación que sean que sean aceptados por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

LEY DE COMPAÑÍAS.- De acuerdo con la Superintendencia de Compañías del Ecuador publicado en su página Web (<http://www.supercias.gob.ec/>); indica el siguiente estatuto legal en su Sección VIII, para conformar una compañía de economía mixta:

- El Estado, las Municipalidades, los Consejos Provinciales y los organismos del sector público, podrán participar, conjuntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de este tipo de compañía.
- Corresponden a empresas dedicadas al desarrollo y fomento de la agricultura y de las industrias convenientes a la economía nacional y a la satisfacción de necesidades de orden colectivo; a la prestación de nuevos servicios públicos o al mejoramiento de los ya establecidos.
- El trámite para la constitución de esta especie de compañías es el mismo que se utiliza para la constitución de la Compañía Anónima. En esta especie de compañías no puede faltar el órgano administrativo pluri-personal denominado directorio. Asimismo, en el estatuto, si el Estado o las entidades u organismos del sector público que participen en la compañía, así lo plantearen, se determinarán los requisitos y condiciones especiales que resultaren adecuados respecto a la transferencia de las acciones y a la participación en el aumento del capital suscrito de la compañía.

- El capital de esta compañía es de ochocientos dólares americanos, o puede serlo también en bienes muebles o inmuebles relacionado con el objeto social de la compañía. En lo demás, para constituir estas compañías, se estará a lo normado en la Sección VI de la Ley de Compañías, relativa a la sociedad anónima.
- Los estatutos establecerán la forma de integrar el directorio, en el que deberán estar representados necesariamente tanto los accionistas del sector público como los del sector privado, en proporción al capital aportado por uno y otro.
- El Estado, las Municipalidades, los Consejos Provinciales, entre otras entidades públicas podrán participar en el capital de esta compañía suscribiendo su aporte en dinero o entregando equipos, instrumentos agrícolas o industriales, bienes muebles e inmuebles, efectos públicos y negociables, así como también la concesión de prestación de un servicio público por un período determinado.
- Cuando la aportación del sector público exceda del cincuenta por ciento del capital de la compañía, uno de los directores de este sector será presidente del directorio.
- Las funciones del directorio y del gerente serán las determinadas por la Ley de Compañías para los directorios y gerentes de las compañías anónimas.
- Las escrituras de constitución de las compañías de economía mixta, las de transformación, de reforma y de modificaciones de estatutos, así como los correspondientes registros, se hallan exonerados de toda clase de impuestos y derechos fiscales, municipales o especiales.
- El Ministerio de Finanzas podrá exonerar temporalmente de impuestos y contribuciones a las compañías de economía mixta, para propiciar su establecimiento y desarrollo, con excepción de los establecidos en la Ley de Régimen Tributario Interno.
- En esta clase de compañías el capital privado podrá adquirir el aporte del Estado pagando su valor en efectivo, previa la valorización respectiva y procediendo como en los casos de fusión de compañías.
- El Estado, por razones de utilidad pública, podrá en cualquier momento expropiar el monto del capital privado de una compañía de economía mixta, pagando íntegramente su valor en dinero y al contado, valor que se determinará previo balance, como para el caso de fusión.

LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS ELECTRÓNICAS Y MENSAJES DE DATOS

Considerando:

Que el uso de sistemas de información y de redes electrónicas, incluida la Internet ha adquirido importancia para el desarrollo del comercio y la producción, permitiendo la realización y concreción de múltiples negocios de trascendental importancia, tanto para el sector público como para el sector privado;

Que es necesario impulsar el acceso de la población a los servicios electrónicos que se generan por y a través de diferentes medios electrónicos;

Que se debe generalizar la utilización de servicios de redes de información e Internet, de modo que éstos se conviertan en un medio para el desarrollo del comercio, la educación y la cultura;

Que a través del servicio de redes electrónicas, incluida la Internet se establecen relaciones económicas y de comercio, y se realizan actos y contratos de carácter civil y mercantil que es necesario normarlos, regularlos y controlarlos, mediante la expedición de una Ley especializada sobre la materia;

Que es indispensable que el Estado Ecuatoriano cuente con herramientas jurídicas que le permitan el uso de los servicios electrónicos, incluido el comercio electrónico y acceder con mayor facilidad a la cada vez más compleja red de los negocios internacionales.

Título III

DE LOS SERVICIOS ELECTRÓNICOS, LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA Y TELEMÁTICA, LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS, E INSTRUMENTOS PÚBLICOS.

Capítulo

DE LOS SERVICIOS ELECTRÓNICOS

Art. 44.- Cumplimiento de formalidades.- Cualquier actividad, transacción mercantil, financiera o de servicios, que se realice con mensajes de datos, a través de redes electrónicas, se someterá a los requisitos y solemnidades establecidos en la ley que las rija, en todo lo que fuere aplicable, y tendrá el mismo valor y los mismos efectos jurídicos que los señalados en dicha ley.

Capítulo

DE LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA Y TELEMÁTICA.

Art. 45.- Validez de los contratos electrónicos.- Los contratos podrán ser instrumentados mediante mensajes de datos. No se negará validez o fuerza obligatoria a un contrato por la sola razón de haberse utilizado en su formación uno o más mensajes de datos.

Art. 46.- Perfeccionamiento y aceptación de los contratos electrónicos.- El perfeccionamiento de los contratos electrónicos se someterá a los requisitos y solemnidades previstos en las leyes y se tendrá como lugar de perfeccionamiento el que acordaren las partes.

La recepción, confirmación de recepción, o apertura del mensaje de datos, no implica aceptación del contrato electrónico, salvo acuerdo de las partes.

Art. 47.- Jurisdicción.- En caso de controversias las partes se someterán a la jurisdicción estipulada en el contrato; a falta de ésta, se sujetarán a las normas previstas por el Código de Procedimiento Civil Ecuatoriano y esta ley, siempre que no se trate de un contrato sometido a la

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en cuyo caso se determinará como domicilio el del consumidor o usuario.

Para la identificación de la procedencia de un mensaje de datos, se utilizarán los medios tecnológicos disponibles, y se aplicarán las disposiciones señaladas en esta ley y demás normas legales aplicables.

Cuando las partes pacten someter las controversias a un procedimiento arbitral, en la formalización del convenio de arbitraje como en su aplicación, podrán emplearse medios telemáticos y electrónicos, siempre que ello no sea incompatible con las normas reguladoras del arbitraje. (<http://www.conatel.gob.ec/>).

14. TRÁMITES Y REQUISITOS LEGALES PARA CONSTITUIR UNA OPERADORA TURISTICA DE ECONOMIA MIXTA

Según la Cámara de Turismo de Pichincha, en su página web (<http://www.captur.com/>), actualmente en Ecuador se tiene que realizar los siguientes trámites legales para constituir una empresa turística:

- Reservar el nombre en la Superintendencia de Compañías. (mínimo 10 opciones). Este nombre puede ser posteriormente registrado en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, lo cual otorga propiedad sobre el mismo. En el caso de agencias de viajes se debe solicitar en el IEPI un certificado de búsqueda del nombre comercial, el mismo que será entregado en el Ministerio de Turismo.
- Posteriormente se abre una cuenta de integración de la compañía, conforme a los capitales mínimos establecidos para cada tipo de empresa en la Ley de Compañías. Ejemplo. Limitada \$ 400 dólares; Sociedad Anónima y Economía Mixta \$ 800 dólares. En el caso de agencias de viaje se aplican los mismos valores; pero se debe tomar en cuenta los valores del activo real fijados por el Ministerio de Turismo, que son de mínimo \$ 8000, los mismos que no serán exigibles en las ciudades que tengan menos de cincuenta mil habitantes.
- Se debe realizar la minuta de constitución de compañía (firmada por un Abogado); en donde se debe adjuntar el estatuto de la compañía, el cuadro de integración del capital. En el caso de agencias de viaje, como documentos habilitantes se debe adjuntar el certificado provisional de afiliación a la Captur, luego se elevará a escritura pública.
- Realizar una carta de solicitud de aprobación dirigida al Superintendente de Compañías, suscrita por un abogado, en la que se pida la aprobación del contrato constitutivo y su registro, y se deben adjuntar tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía. La Superintendencia de Compañías revisa la documentación en 3 días, y emite su resolución si no encuentra objeciones. En el caso de haberlas, emite un oficio de observaciones, las cuales deberán ser corregidas en la escritura pública o documentos que señale el oficio.

- Con dicha resolución se debe solicitar a la Superintendencia de Compañías el extracto de la compañía como tal para ser publicado en el diario de mayor circulación del lugar donde se va a domiciliar la misma; luego realizar la afiliación a la Cámara correspondiente dependiendo del objeto social y obtener el certificado de afiliación definitiva; posteriormente registrar los nombramientos de Presidente y Gerente General o Representante Legal en el Registro Mercantil; y finalmente obtener la patente municipal.
- Con estos documentos, se debe acudir nuevamente a la Superintendencia de Compañías, quien emitirá una hoja de datos de la compañía a constituirse, con éste se procede a realizar la marginación de las resoluciones y a realizar el respectivo registro en el Registro Mercantil, a partir de este momento tiene validez jurídica la empresa como tal.
- Se obtiene el Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el Servicio de Rentas Internas para persona jurídica.
- Se abre un número patronal de compañías en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (I.E.S.S.)
- Se obtiene el Certificado de Registro en el Ministerio de Turismo.

Requisitos legales para la obtención del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.) a personas jurídicas:

- Formulario RUC 01A que corresponde a la inscripción del RUC y RUC 01B que corresponde a la inscripción de sociedades.
- Original o copia certificada de la escritura de constitución.
- Nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Original y copia de pago de agua, luz o teléfono.
- En el caso de extranjeros copia y original de pasaporte.²⁹

Requisitos legales para la obtención de la Patente Municipal:

- Formulario de declaración del impuesto de patentes. (Administración Zonal a la que corresponda el establecimiento)
- Original y copia de la cédula y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- Original y copia del RUC.

²⁹ Rea, R. 2011. *Plan de negocios para la creación de Una operadora turística Del complejo Vacacional "chacras mar azul"*. Trabajo de Titulación. Universidad de Especialidades Turísticas. Escuela de Turismo. Quito. Pp. 98-99.

- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías en caso de ser persona jurídica.
- Clave catastral. (Administración Zonal a la que corresponda el establecimiento). (Rea, 2011, Pp. 99-100).

Requisitos legales para la inscripción en el Registro Mercantil:

- Tres escrituras o protocolizaciones (mínimo) primera, segunda y tercera copias.
- Tres resoluciones (mínimo) aprobando las escrituras o protocolizaciones, sean estas de la Superintendencia de Bancos o Compañías.
- Publicación del extracto (periódico).
- Razones notariales que indiquen que los notarios han tomado nota de las resoluciones al margen de las matrices de las escrituras respectivas.
- Copias de cédula de ciudadanía y el certificado de votación vigente del compareciente
- Certificado de inscripción en el Registro de la Dirección Financiera Tributaria del Municipio a la que pertenezca la empresa a crearse.
- Fotocopia de la escritura y resolución que se aprueba. (Rea, 2011, Pp. 100-101).

Requisitos legales para la inscripción en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI):

- Formulario de solicitud de búsqueda fonética, este debe contar con una firma y número de matrícula de respaldo de un abogado.
- Comprobante de pago por concepto de búsqueda fonética. (Rea, 2011, P. 102).

Requisitos legales para obtener el Permiso de Funcionamiento de Bomberos:

- Formulario de solicitud de inspección. (Cuerpo de Bomberos a la jurisdicción que pertenezca la empresa constituida).
- Copia de la cedula, RUC y Patente Municipal.
- Informe Favorable de la Inspección. (Rea, 2011, P. 103).

Requisitos legales para obtener el Certificado de Registro Turístico:

- Formulario de solicitud de inscripción.
- Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas de estatutos, si los hubiere.
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes R.U.C.
- Certificado de búsqueda fonética, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.
- Nómina del Personal.

- Hoja de vida y copia del título académico del representante legal. En caso de que no posea uno a nivel superior el candidato deberá tener una experiencia continua de por lo menos 6 años a nivel ejecutivo, en actividades turísticas. La agencia de viaje deberá contratar en forma permanente, a una persona para que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas.
- Formulario para la aplicación de la Contribución del Uno por Mil de los Activos Fijos, firmado por el representante legal. Este formulario se lo puede solicitar en la ventanilla única turística.
- Original y dos copias adicionales del comprobante de pago por Registro y Contribución del Uno por Mil de los Activos Fijos.
- Copia de la Patente Municipal del año correspondiente. (Rea, 2011, Pp. 103-105).

Requisitos legales para obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento:

Según el Municipio de Alausí en su ordenanza municipal que regula la actividad turística del Cantón, publica en su página Web (<http://www.municipiodealausi.gob.ec>), que para la obtención de la licencia única anual de funcionamiento (LUAF), las empresas turísticas deberán presentar en la oficina de la Unidad de Turismo, del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí los siguientes documentos:

- Solicitud dirigida al señor Alcalde del Cantón (por primera vez).
- Copia de la Cédula de Ciudadanía y Certificado de Votación.
- Copia del RUC.
- Patente Municipal del ejercicio económico actual.
- Formulario actualizado de la planta turística.
- Pago del valor de la Licencia Anual de Funcionamiento del Establecimiento.
- Certificado del Registro conferido por el Ministerio de Turismo.
- Lista de precios del establecimiento turístico.

Requisitos legales para obtener la Renovación de la Licencia Única Anual de Funcionamiento: El pago de dicha licencia se lo realiza una sola vez durante la actividad económica que ejerza la empresa, y su renovación se la deberá realizar hasta el 31 de marzo de cada año y será requisito indispensable para renovarla, contar con mínimo dos certificados de capacitación en el área de turismo y a fines del año anterior. (<http://www.municipiodealausi.gob.ec/>).

15. REQUISITOS LEGALES PARA ACCEDER A UN PRÉSTAMO EN EL BANCO NACIONAL DE FOMENTO:

CREDITO 5-5-5

Sujetos de crédito: Todas las personas naturales o jurídicas privadas legalmente constituidas, que se encuentren relacionadas con la producción, comercio o servicios.

Financiamiento: Hasta el 100% del proyecto de inversión a realizarse. **Monto:** Desde USD \$100 hasta USD \$ 5000

Plazo: Hasta 5 años.

Interés: La tasa de interés será del 5% anual.

Destino del crédito: Capital de trabajo y activos fijos.

Garantía: Quirografarias (personal).

REQUISITOS PERSONA NATURAL

1. Copia (B/N o a Color) legible y no deteriorada de la Cédula de Ciudadanía vigente del solicitante, garante y cónyuges (si son casados).
2. Copia (B/N o a Color) legible y no deteriorada del certificado de votación del solicitante, garante y cónyuges (si son casados) del último proceso electoral.
3. Copia legible del Registro Único de Contribuyentes RUC o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano RISE del Solicitante.
4. Comprobante de pago de agua, luz, o teléfono o un documento que permita la verificación del domicilio con una validez de tres meses del solicitante y garante.
5. Original de Pro forma o cotizaciones verificables de casas comerciales o proveedores de las inversiones a realizar con el préstamo (Obligatorio cuando se adquisición de Activos Fijos e Inventario). En el caso de obras de infraestructura deberá presentarse el presupuesto de construcción.
6. Para créditos superiores a USD \$3000: Copia legible del título de propiedad o pago del impuesto predial ó contrato de arrendamiento del lugar de la inversión o certificado actualizado de posesión o del trámite de adjudicación conferido por el Organismo Competente.

Documentos para Justificar Bienes y/o Ingresos

1. Original del Certificado Laboral o el último rol de pagos no mayor a 30 días desde la emisión del solicitante y garante (no mayor a 30 días desde la emisión)/Debe registrar firma y sello de la Empresa.

2. Copia legible de la Carta o recibo del Impuesto Predial o de las escrituras de los bienes del solicitante y garante.
3. Copia legible de Matrícula de vehículos o Contrato de Compra Venta notariado del solicitante y garante.
4. Copia legible de la Matrícula de la embarcación para pesca, emitida por la Capitanía del Puerto u Organismo Competente.

Documentos Adicionales

1. Copia legible del documento de separación de bienes o disolución conyugal del solicitante y garante inscrita en el Registro Civil.
2. "Original del Certificado de no adeudar o estar al día en los pagos (En otras Instituciones del Sistema Financiero) del solicitante, garante y cónyuges, (si es casado) para el caso de registrar deudas vencidas en el buró de crédito".
3. Original de Calificación como Artesanos emitido por entidad reguladora correspondiente.
4. Copia legible de Certificado actualizado de Vacunación contra la Fiebre Aftosa/Solo para ganado bovino existente declarado como activo en el Estado Financiero del solicitante.
5. Copia legible del documento que lo acredite como Pescador Artesanal emitido por la Sub Secretaría de Recursos Pesqueros o la Federación Nacional de Pescadores Artesanales.

Requisitos Adicionales para Extranjeros

1. Copia (B/N o a Color) legible de Visa Vigente o documento que acredite su condición de refugiado en el país.
2. Original de Certificado conferido por la Dirección de Extranjería, de que el solicitante es residente en el país y esta facultado a realizar la actividad para la cual se concede el préstamo.
3. Original de Certificado del Ministerio de Coordinación de Seguridad, u Organismos que haga sus veces, de no encontrarse incurso en la prohibición del art. 40 de la Ley de Seguridad Pública y del Estado, referente a la posesión, adquisición y concesiones de tierras en las zonas de seguridad de frontera y en áreas reservadas de seguridad.

Requisitos Básicos

1. Copia (B/N o a Color) legible y no deteriorada de la Cédula de Ciudadanía vigente del (los) Representante(s) Legal(s).
2. Copia (B/N o a Color) legible y no deteriorada del certificado de votación del (los) Representante(s) Legal(s) del último proceso electoral.
3. Copia de la Escritura de Constitución de la Empresa.
4. Copia de los Estatutos de la Empresa.
5. Copia del Nombramiento actualizado debidamente inscrito, del o los Representantes Legales.
6. Copia legible del Registro Único de Contribuyentes RUC.

7. Comprobante de pago de agua, luz, o teléfono o un documento que permita la verificación domicilio con una validez de tres meses de la Empresa.
8. Copia de la Nomina de Accionistas del último ejercicio económico de la presentado a la Superintendencia de Compañías.
9. Certificado del IESS donde conste que las obligaciones patronales se encuentren al día.
10. Copia legible de la última Declaración del Impuesto a la Renta de la Empresa.
11. Copia legible de la última Declaración del IVA de la Empresa.
12. Original de Pro forma o cotizaciones verificables de casas comerciales o proveedores de las inversiones a realizar con el préstamo. En el caso de obras de infraestructura deberá presentarse el presupuesto de construcción. (Obligatorio cuando se adquisición de Activos Fijos e Inventario).
13. Copia de los Estados Financieros de los dos últimos ejercicios económicos, presentados al órgano de control.
14. Copia legible de permisos de funcionamiento.

Documentos Adicionales

1. Certificado actualizado de cumplimiento de obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías.
2. Original (es) o Copia (a) de Certificados Bancarios de la Empresa.
3. Original (es) o Copia (a) de Referencias Comerciales de la Empresa.
4. Original (es) o Copia (a) de Referencias proveedores de la Empresa.
5. Original del Certificado de no adeudar o estar al día en los pagos (En otras Instituciones del Sistema Financiero) de la Empresa.

Requisitos Básicos Adicionales para Extranjeros

1. Original de Certificado conferido por la Dirección de Extranjería, de que el (los) Representante(s) Legal(s) es residente en el país y está facultado a realizar la actividad para la cual se concede el préstamo.
2. Original de Certificado del Ministerio de Coordinación de Seguridad, u Organismos que haga sus veces, de no encontrarse incurso en la prohibición del art. 40 de la Ley de Seguridad Pública y del Estado, referente a la posesión, adquisición y concesiones de tierras en las zonas de seguridad de frontera y en áreas reservadas de seguridad.

REQUISITOS PERSONA JURIDICA

Requisitos Básicos

1. Copia (B/N o a Color) legible y no deteriorada de la Cédula de Ciudadanía vigente del (los) Representante(s) Legal(s).

2. Copia (B/N o a Color) legible y no deteriorada del certificado de votación del (los) Representante(s) Legal(s) del último proceso electoral.
3. Copia de la Escritura de Constitución de la Empresa.
4. Copia de los Estatutos de la Empresa.
5. Copia del Nombramiento actualizado debidamente inscrito, del o los Representantes Legales.
6. Copia legible del Registro Único de Contribuyentes RUC.
7. Comprobante de pago de agua, luz, o teléfono o un documento que permita la verificación domicilio con una validez de tres meses de la Empresa.
8. Copia de la Nomina de Accionistas del último ejercicio económico de la presentado a la Superintendencia de Compañías.
9. Certificado del IESS donde conste que las obligaciones patronales se encuentren al día.
10. Copia legible de la última Declaración del Impuesto a la Renta de la Empresa.
11. Copia legible de la última Declaración del IVA de la Empresa.
12. Original de Pro forma o cotizaciones verificables de casas comerciales o proveedores de las inversiones a realizar con el préstamo. En el caso de obras de infraestructura deberá presentarse el presupuesto de construcción. (Obligatorio cuando se adquisición de Activos Fijos e Inventario).
13. Copia de los Estados Financieros de los dos últimos ejercicios económicos, presentados al órgano de control.
14. Copia legible de permisos de funcionamiento.

Documentos Adicionales

1. Certificado actualizado de cumplimiento de obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías.
2. Original (es) o Copia (a) de Certificados Bancarios de la Empresa.
3. Original (es) o Copia (a) de Referencias Comerciales de la Empresa.
4. Original (es) o Copia (a) de Referencias proveedores de la Empresa.
5. Original del Certificado de no adeudar o estar al día en los pagos (En otras Instituciones del Sistema Financiero) de la Empresa.

Requisitos Básicos Adicionales para Extranjeros

1. Original de Certificado conferido por la Dirección de Extranjería, de que el (los) Representante(s) Legal(s) es residente en el país y está facultado a realizar la actividad para la cual se concede el préstamo.
2. Original de Certificado del Ministerio de Coordinación de Seguridad, u Organismos que haga sus veces, de no encontrarse incurso en la prohibición del art. 40 de la Ley de Seguridad Pública y del Estado, referente a la posesión, adquisición y concesiones de tierras en las zonas de seguridad de frontera y en áreas reservadas de seguridad.

TASAS DE INTERÉS ACTIVAS

CRÉDITO Y MICROCRÉDITO SECTOR TURISMO

Crédito y microcrédito sector turismo

Tasa de interés 10%

El margen de reajuste durante el periodo de crédito, será 1,0 puntos sobre la tasa activa efectiva referencial productivo pymes del Banco Central del Ecuador vigente en la semana de reajuste, la tasa resultante no será mayor a la tasa efectiva máxima productivo pymes

16 REGLAMENTO PARA EL REGISTRO DE CENTROS TURISTICOS COMUNITARIOS

Art. 1.- Se entiende por actividad turística comunitaria el ejercicio directo de uno o más de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, transportación turística, operación, intermediación, agenciamiento, organización de eventos, congresos y convenciones, en los términos señalados en el artículo 5 de la Ley de Turismo, por parte de las comunidades legalmente organizadas y capacitadas.

Art. 2.- Para realizar el registro único de todos los centros turísticos comunitarios, las comunidades deberán estar constituidas como personas jurídicas debidamente aprobadas por la autoridad competente. El registro como Centro de Turismo Comunitario se lo hará en las gerencias regionales o direcciones provinciales del Ministerio de Turismo del País, debiendo para dicho registro adjuntar los siguientes requisitos:

- Solicitud de registro dirigida a la autoridad del Ministerio de Turismo, en donde se consignarán las actividades que realizará el Centro Turístico Comunitario;
- Acreditación de la constitución de la organización en cualquier forma de integración o sociedad amparada en la ley, con excepción de las organizaciones determinadas en el artículo 7 de la Ley de Turismo;
- Constancia o nombramiento que acredite la representación legal del peticionante de registro a nombre del centro turístico comunitario;
- Acta de la que conste que el centro turístico comunitario ha decidido registrarse y en la cual debe estipularse la delegación a la persona que les representa para realizar el registro con la firma de los miembros;
- Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo;
- Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo;

- Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes, en la que conste que como objeto de la persona jurídica, la prestación de servicios turísticos comunitarios;
- Informe técnico que justifique la calidad de comunitario del centro expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, o por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE.
- Determinación de los servicios turísticos que brindarán, y la zona geográfica en la que se circunscribe el servicio de turismo comunitario.

Art. 3.- Recibida la solicitud la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo dispondrá fecha y hora para una inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados. En la referida inspección se procederá a llenar la Hoja de Planta Turística. Con tal información se procederá a ingresar los datos de la comunidad, creando para el efecto un número de registro, número de folio en el que se ingresa y se apertura el expediente. Una vez concluido este trámite se procederá a emitir el certificado de registro.

Art. 4.- La licencia anual de funcionamiento se expedirá por la Municipalidad de la jurisdicción territorial donde se encuentre el centro turístico comunitario de ser descentralizado, caso contrario se la pedirá en la dependencia del Ministerio de Turismo más cercana, adjuntado la constancia de pago de la licencia y el certificado de registro.

Art. 5.- Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.

Art. 6.- El Ministerio de Turismo al amparo del Convenio 169 de la OIT ratificado por el Ecuador, cuidará del normal funcionamiento de los centros turísticos comunitarios, y precautelaré cualquier abuso que pueda generarse por parte de los representantes de los centros turísticos comunitarios, para lo cual se aceptará la denuncia pública o veeduría ciudadana por las cuales el Ministerio de Turismo actuará de oficio.

DISPOSICION GENERAL.- Sin perjuicio de este reglamento para registro, el Ministerio de Turismo con apoyo de entidades especializadas en la materia procederá a elaborar las normas técnicas necesarias para esta actividad. (<http://www.feptce.org/>).

17. MODELO DE LA ENCUESTA REALIZADA PARA TURISTAS NACIONALES



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR

INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

ESCUELA DE TURISMO

1. Género:

Hombre..... Mujer.....

2. Su edad es:

De 18 a 25 años..... De 26 a 35 años..... De 36 a 45 años..... De 45 a 60 años..... Mayor de 60 años.....

Su ocupación actual es:

Empleado Privado..... Empleado Público..... Profesional Independiente.....
Comerciante..... Estudiante..... Jubilado.....

3. Sus ingresos económicos son:

De 292 a 500 \$..... De 501 a 1000 \$..... De 1001 a 1500 \$..... Más de 1500 \$.....

4. ¿Con quién prefiere viajar?

Familia..... Amigos..... Pareja..... Solo.....

5. ¿Cuándo viaja que tipo de Alojamiento prefiere?

Hotel..... Hostal..... Hostería..... Casas de Familiares o amigos.....

6. Al momento de viajar que tipo de comida prefiere?

Comida típica y tradicional..... Platos a la carta..... Comida internacional..... Comida Rápida.....

7. ¿Cuánto es su gasto promedio en un viaje por día?

De 25 a 50 \$..... De 51 a 100 \$..... De 100 a 200 \$..... Más de 200 \$.....

8. ¿Qué atractivos turísticos histórico culturales le gustaría conocer de la Provincia de Chimborazo?

La Nariz del Diablo..... Fiestas de Alausí y Sibambe..... Conchas Gigantes Petrificadas.....
Iglesia de Balbanera..... Camino del Inca o Qhapaqñan..... Guano.....
Guamote.....

9. Le gustaría viajar en tren hacia la Nariz del Diablo y conocer Sibambe una parroquia cercana al sitio con riqueza natural y cultural?

SI..... NO.....

10. Si viajara en tren hacia La Nariz del Diablo y Sibambe en un paquete turístico donde le ofrezcan varias actividades cuánto tiempo le gustaría quedarse?

1 día..... De 2 a 3 días..... De 4 a 5 días..... Más de 5 días.....

11. De las siguientes actividades cuáles le gustaría a Ud. que se incluya dentro de un paquete turístico cultural hacia la Nariz del Diablo y Sibambe?

Participar en Fiestas Populares..... Degustación de Comida y bebida tradicional.....

Participar en prácticas ancestrales..... Visitar museos y lugares arqueológicos.....

Convivencia Cultural (Leyendas y tradiciones)..... Caminatas y Cabalgatas.....

Otros..... Especifique.....

MUCHAS GRACIAS! POR SU COLABORACIÓN

18. MODELO DE LA ENCUESTA REALIZADA PARA TURISTAS EXTRANJEROS DE HABLA HISPANA



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR

INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

ESCUELA DE TURISMO

1. Género:

Hombre..... Mujer..... Nacionalidad.....

2. Su edad es:

De 18 a 25 años..... De 26 a 35 años..... De 36 a 45 años..... De 45 a 60 años..... Mayor de 60 años.....

Su ocupación actual es:

Empleado Privado..... Empleado Público..... Profesional Independiente.....
Comerciante..... Estudiante..... Jubilado.....

3. Sus ingresos económicos son:

De 292 a 500 \$..... De 501 a 1000 \$..... De 1001 a 1500 \$..... Más de 1500 \$.....

4. ¿Con quién prefiere viajar?

Familia..... Amigos..... Pareja..... Solo.....

5. ¿Cuándo viaja que tipo de Alojamiento prefiere?

Hotel..... Hostal..... Hostería..... Casas de Familiares o amigos.....

6. Al momento de viajar que tipo de comida prefiere?

Comida típica y tradicional..... Platos a la carta..... Comida internacional..... Comida Rápida.....

7. ¿Cuánto es su gasto promedio en un viaje por día?

De 25 a 50 \$..... De 51 a 100 \$..... De 100 a 200 \$..... Más de 200 \$.....

8. ¿Qué atractivos turísticos histórico culturales le gustaría conocer de la Provincia de Chimborazo?

La Nariz del Diablo..... Fiestas de Alausí y Sibambe..... Conchas Gigantes Petrificadas.....
Iglesia de Balbanera..... Camino del Inca o Qhapaqñan..... Guano.....
Guamote.....

9. Le gustaría viajar en tren hacia la Nariz del Diablo y conocer Sibambe una parroquia cercana al sitio con riqueza natural y cultural?

SI..... NO.....

10. Si viajara en tren hacia La Nariz del Diablo y Sibambe en un paquete turístico donde le ofrezcan varias actividades cuánto tiempo le gustaría quedarse?

1 día..... De 2 a 3 días..... De 4 a 5 días..... Más de 5 días.....

11. De las siguientes actividades cuáles le gustaría a Ud. que se incluya dentro de un paquete turístico cultural hacia la Nariz del Diablo y Sibambe?

Participar en Fiestas Populares..... Degustación de Comida y bebida tradicional.....

Participar en prácticas ancestrales..... Visitar museos y lugares arqueológicos.....

Convivencia Cultural (Leyendas y tradiciones)..... Caminatas y Cabalgatas.....

Otros..... Especifique.....

MUCHAS GRACIAS! POR SU COLABORACIÓN

19. MODELO DE ENCUESTA APLICADA A TURISTAS EXTRANJEROS



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
ESCUELA DE TURISMO

1. Gender?

Male..... Female..... Home Country.....

2. Age?

18 - 25 age..... 26 - 35 age 36 - 45 age 45- 60 age..... More 60 age.....

Current Occupation?

Private Employee..... Public employee..... Businessman..... Student.....
Retired.....

3. Monthly Income?

292 to 500 \$..... 500 to 1000 \$..... 1000 to 1500 \$..... More 1500 \$.....

4. What whom do you prefer to Travel?

Family..... Friends..... Couple..... Alone.....

5. When travelling, What kind of lodging do you prefer?

Hotel..... Hostel..... Home Stay.....

6. When travelling, What kind of food do you prefer?

Ethnic food..... Ecuadorian food..... International food..... Fast Food.....

7. When do you travel, how much do you spend per day?

25 to 50 \$..... 50 to 100 \$..... 100 to 200 \$..... More of 200 \$.....

8. What kind of Historical and cultural tourist attractions, Would you like to know in Chimborazo Province?

The Devil's Nose Feasts of Alausí and Sibambe Giant
Petrified Shells Church of Balbanera Inca Trail or Qhapaqñan City
of Guano..... City of Guamote.....

9. Would you like to travel by train to the Devil's Nose and do you know Sibambe a parish near the site with natural and cultural richness?

YES..... NO.....

10. If traveling by train toward the nose of the Devil and Sibambe on a package tour where you offer several activities how long you would like to stay?

One day..... 2 to 3 days..... 4 to 5 days..... More of 5 days.....

11. The following activities which you would like to be included within a cultural tourist package toward the Devil's Nose and Sibambe?

Participate in folk festivals..... Tasting traditional food and drink.....

Participate in ancestral practices..... Visit museums and archaeological sites.....

Cultural Coexistence (legends and traditions)..... Hiking and horseback riding.....

Other..... Specify..... **THANK YOU VERY MUCH! BY THEIR COLLABORATIVE!**

**20. COPIA DEL CONVENIO DE COOPERACIÓN CULTURAL Y VINCULACIÓN
CON LA COMUNIDAD FIRMADO ENTRE LA UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA DEL ECUADOR Y LA JUNTA PARROQUIAL DE SIBAMBE**

**CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN CULTURAL Y DE VINCULACIÓN CON LA
COLECTIVIDAD ENTRE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR,
CON SEDE EN QUITO ECUADOR Y POR OTRA LA JUNTA PARROQUIAL DE LA
PARROQUIA RURAL DE SIBAMBE.**

Suscriben el presente Convenio, por una parte La Universidad Iberoamericana del Ecuador, legalmente representada por el Abogado Diego Castro en su calidad de Rector Encargado, que para efectos de este instrumento se denominará UNIBE, y por otra, El Señor Miguel Ángel Gallegos en su calidad de Presidente de la Junta Parroquial de Sibambe, Provincia de Chimborazo. Acuerdan celebrar el presente convenio, al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- ANTECEDENTES

Las instituciones participantes están comprometidas en el desarrollo humano integral y en la formación de personas, capaces de contribuir al desarrollo socio-económico en nuestra sociedad, en un mundo globalizado.

La "UNIBE" contempla en su Plan Estratégico Institucional de Desarrollo, una vinculación más estrecha, pertinente y permanente con su entorno social y productivo, principalmente con aquellos organismos y entidades que promueven el desarrollo del estado.

La "UNIBE" busca la vinculación de profesores y estudiantes con las empresas y organizaciones sociales a través de prácticas profesionales y servicio a la comunidad, que conlleven a la aplicación de los conocimientos adquiridos en la solución de problemas reales y concretos.

La Universidad Iberoamericana del Ecuador, UNIB.E, es una entidad de Educación Superior, con personería jurídica, autónoma de derecho privado, con domicilio en la ciudad de Quito, creada mediante Ley No.2005-22 publicada en el Registro Oficial No. 177 de 30 de diciembre de 2005 como una institución de Educación Superior, con plena facultad para impartir enseñanza y desarrollar investigaciones con libertad académica, científica y administrativa, sin fines de lucro, con autonomía académica, administrativa y financiera y que opera conforme la Ley Orgánica de Educación Superior y su Reglamento y Estatuto, debidamente aprobado por El Consejo de Educación Superior .

Está Ubicada en la Av. Colón y 9 de Octubre, N25-12.

Por otro lado La Junta Parroquial de la Comunidad de Sibambe, cumpliendo sus funciones al amparo del Estado. Está ubicada en la Parroquia Rural de Sibambe, Provincia del Chimborazo.

SEGUNDA.- OBJETO.

El objeto del presente convenio es constituir una alianza estratégica entre la UNIBE y La Junta Parroquial de Sibambe, para garantizar la vinculación de la universidad con la comunidad por medio de la realización de las prácticas profesionales, de proyectos de servicio social y de capacitación en los que los estudiantes y docentes de la Universidad puedan trabajar por el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la Parroquia de Sibambe, de su educación personal y profesional, y donde la UNIBE pueda cumplir con sus objetivos en vinculación.

TERCERA.- ALCANCES

Para el logro del objetivo del presente convenio las partes acuerdan desarrollar en las siguientes actividades:

Por parte de La UNIBE:

1. Ofrecer, en la medida de sus posibilidades, asesoría y colaboración en materia académica, técnica y administrativa para el desarrollo de los programas específicos que se generen a partir de este documento.
2. Realizar un seguimiento de los programas específicos y presentar por escrito un informe mensual y por etapas, cuando sea necesario sobre cada uno de ellos, en donde se señalen los resultados obtenidos así como la conveniencia de continuar, ampliar o finalizar cada programa.
3. Asesorar, apoyar y colaborar de acuerdo con programas específicos en la organización e impartición de cursos de actualización y capacitación que solicite "La Junta Parroquial" y que la universidad pueda realizar.

Por parte la "La Junta Parroquial de Sibambe":

1. Facilitar el acceso de estudiantes a prácticas profesionales y actividades de Servicio Social en las instalaciones de "La Junta Parroquial de Sibambe".
2. Realizar un seguimiento de los programas específicos y presentar por escrito un informe mensual y por etapas, cuando sea necesario sobre cada uno de ellos, en donde se señalen los resultados obtenidos así como la conveniencia de continuar, ampliar o finalizar cada programa.
3. Asesorar y supervisar las actividades de los pasantes visitantes durante sus prácticas profesionales y en las actividades de vinculación, en las instalaciones de la institución anfitriona y otorgar las prestaciones concertadas al efecto, y entregar los informes correspondientes a estas actividades.

Por ambas Instituciones:

1. Participar en cursos, talleres y seminarios que realicen ambas instituciones, así como presentar propuestas y desarrollar proyectos conjuntos de investigación, de capacitación, de servicio social, de voluntariado, salud, y en el ámbito educativo.
2. Integrar grupos de trabajo para la realización conjunta de programas específicos que se deriven de este convenio, designando un responsable por cada proyecto de cada una de las partes.
3. Prestar servicios de asesoría administrativa, desarrollar investigaciones sociales y aquellas que se deriven de los acuerdos del "Cada Institución".
4. Facilitar, la Institución que organice el evento, el uso de los equipos disponibles en sus instalaciones y aulas de acuerdo al calendario de compromisos del mismo, para efectuar los eventos de capacitación y/o promoción que de común acuerdo convengan mediante convenios específicos.
5. Otorgar constancias y reconocimientos a los participantes en los eventos derivados de este convenio, en los casos en que así proceda y de acuerdo a la normatividad aplicable.
6. Los demás necesarias para el adecuado cumplimiento del objeto de este convenio y consensuadas por ambas instituciones.

CUARTA.- ACUERDOS Y CONVENIOS ESPECÍFICOS

Ambas instituciones se obligan a:

Presentar por escrito programas, proyectos o acuerdos específicos de trabajo para colaborar en tareas de mútuo interés, programas que de ser aprobados serán considerados como anexos a este convenio y elevados a la categoría de **Convenios Específicos de Colaboración** como Programas derivados del Convenio Marco. Los acuerdos específicos describirán con toda precisión las actividades a desarrollar: calendario de trabajo, personal involucrado, presupuestos requeridos, aportación económica de cada parte, calendario de documentos necesarios para determinar con exactitud los fines y los alcances de cada uno de dichos programas.

Supervisar y evaluar el desarrollo de las actividades y proyectos que realicen los estudiantes durante sus prácticas profesionales y servicio social

Informar y difundir los resultados y aplicaciones de los estudios e investigaciones realizadas, por medio de la Universidad.

QUINTA.- RESPONSABILIDAD CIVIL

Queda expresamente pactado que las partes no tendrán responsabilidad civil por daños y perjuicios que pudieran causarse como consecuencia de paro de labores académicas, administrativas o sociales que afecten las actividades derivadas del presente convenio, o de caso fortuito o fuerza mayor fuera del alcance de las partes.

SEXTA.- RELACION LABORAL

El personal comisionado por cada una de las partes para la realización del programa derivado de este **Convenio Marco**, continuará en forma absoluta bajo la dirección y dependencia de quien lo contrató, manteniendo por lo tanto, su relación laboral con la institución de su adscripción, por lo que no se crearán relaciones de carácter laboral entre el personal comisionado por la "UNIBE", con "La Junta Parroquial de Sibambe", ni el de ésta con aquella.

Si en la realización del programa intervienen personal que preste su servicio a instituciones o personas distintas a las partes, este personal continuará siempre bajo la dirección y dependencia de dicha institución, por lo que su intervención no originará relación de carácter laboral ni con la "UNIBE", ni con la "La Junta Parroquial de Sibambe".

El personal que participe en proyectos amparados por este convenio, deberá respetar las condiciones que las partes establezcan para el desarrollo de los programas, así mismo, deberán cumplir con las normas vigentes en materia de seguridad y uso de equipo y acatarán aquellos que le fueran indicados por el personal que tenga a su cargo el área en la que se lleve a cabo el programa.

Las partes convienen en que el personal que se designe para la realización de las acciones objeto del presente convenio, se entenderá exclusivamente con aquella que lo contrató, por lo que cada parte asumirá su propia responsabilidad.

SÉPTIMA.- DURACIÓN.

La duración de este Convenio será de Tres años, a partir de la fecha de su suscripción. El presente Convenio se renueva automáticamente luego de dicho plazo, si ninguna de las partes declara su voluntad de darlo por terminado, por lo menos con seis meses de anticipación.

El presente Convenio podrá darse por terminado en cualquier momento, previo acuerdo entre las dos instituciones o a petición escrita de una de ellas, notificada por lo menos con seis meses de anticipación, sin que por ello se generen obligaciones para los comparecientes ni se tenga que resarcir ningún rubro económico por concepto alguno. Sin embargo, todos los programas y proyectos establecidos por este Convenio y que estén en ejecución, no podrán ser interrumpidos o cancelados, a no ser por causas de fuerza mayor o violaciones a las disposiciones o reglamentos de las respectivas instituciones.

OCTAVA.-ASPECTOS FINANCIEROS

Las partes convienen que los programas y acciones derivados del presente convenio son sin fines de lucro, por lo que cada parte asumirá sus propios costos y los gastos financieros que se generen.


NOVENA.- PROPIEDAD INTELECTUAL

La propiedad intelectual que se derive de los trabajos realizados con motivo de este convenio, estará sujeta a las disposiciones legales aplicables y a los instrumentos específicos que sobre el particular suscriban las partes, otorgando el reconocimiento correspondiente a quienes hayan intervenido en la ejecución de dichos trabajos

DÉCIMA.- De suscitarse controversias relacionadas con el cumplimiento de este convenio o para solucionar las divergencias, no solucionables por mutuo acuerdo, derivadas de su ejecución, las partes se someten a la jurisdicción de los jueces competentes de la ciudad de Quito y al trámite judicial que convenga a la parte que se crea perjudicada.

En prueba de conformidad las partes suscriben el presente Convenio, en cuatro ejemplares de igual valor e idénticos efectos.

Dado en El Salón del Rectorado de la UNIBE, en el Distrito Metropolitano de Quito, capital de la República del Ecuador, el día 15, del mes de octubre del 2012.



PRESIDENTE DE LA JUNTA PAROQUIAL
Sr. Miguel Ángel Gallegos
1703250611
Fb. 0996739523