



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE TURISMO  
Y HOTELERÍA ITHI**

**CARRERA: GUÍA NACIONAL DE TURISMO**

**TEMA:**

**DIAGNÓSTICO  
DEL POTENCIAL TURÍSTICO PARA PROMOCIONAR  
E INCENTIVAR EL DESARROLLO DE DESTINOS EN  
LA PARROQUIA CEBADAS, PROVINCIA DE  
CHIMBORAZO**

**Trabajo de investigación previo a la  
obtención del título de Técnica en Guía  
Nacional de Turismo**

**Autora: Gabriela Lizeth Guerrero Toapanta**

**Director: Ing. Wilson Villavicencio**

**Quito - Ecuador**

**2013**

## **DEDICATORIA**

A Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado la vida para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres, José Guerrero y Germania Toapanta, por haberme apoyado en todo momento, por su ejemplo de perseverancia y constancia, por sus valores, por sus consejos, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada por su amor incondicional.

A mis maestros, por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de la tesis; al Ing. Wilson Villavicencio por su apoyo ofrecido en este trabajo; a las licenciadas Ingrid Arévalo y Sonia Lucio por su tiempo compartido y por impulsar el desarrollo de nuestra formación profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

A mis padres por siempre haber confiado en mí, por las palabras de aliento y el apoyo incondicional en todo momento.

Quiero agradecer a mis maestros, especialmente a las licenciadas Ingrid Arévalo, Sonia Lucio y al Ing. Wilson Villavicencio por todos los conocimientos compartidos.

A mis compañeros por su colaboración, ayuda, compañía y valiosa amistad.

A mi amor Oscar por siempre confiar en mí.

Finalmente a mi familia que ayudaron desinteresadamente en la elaboración de este plan de investigación, especialmente a mis primos Kevin y Jhohan Ormaza y a Mónica Vimos que más que una tía es una hermana.

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

Yo, Gabriela Lizeth Guerrero Toapanta declaro de forma verbal y escrita que este trabajo de tesis con tema: "Diagnóstico del potencial turístico para promocionar e incentivar el desarrollo de destinos en la parroquia Cebadas, Provincia de Chimborazo", es de mi estricta autoría y autenticidad.

Responsabilizándome de los conceptos, propuestas y opiniones en el documento presentado.

Atentamente

---

Gabriela Lizeth Guerrero Toapanta

Quito, 01 de Julio 2013

Ing. Wilson Villavicencio

TUTOR DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA

**CERTIFICA**

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", de Quito; por lo tanto se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

---

Ing. Wilson Villavicencio

Quito, 01 de Julio del 2013

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS**

En el presente documento consta la cesión de derechos de mi trabajo de fin de carrera en conformidad con las siguientes cláusulas:

**PRIMERO:** El Ing. Wilson Villavicencio, por sus propios derechos, en calidad de tutor del trabajo de fin de carrera, y la Srta. Gabriela Lizeth Guerrero Toapanta, por sus propios derechos, en calidad de autora del trabajo de fin de carrera.

**SEGUNDO:**

**UNO;** Gabriela Lizeth Guerrero Toapanta, realizó el trabajo de fin de carrera titulado "Diagnóstico del potencial turístico para promocionar e incentivar el desarrollo de destinos en la parroquia Cebadas, Provincia de Chimborazo", para obtener el título de Técnica Guía Nacional de Turismo en el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", bajo la tutoría de Ing. Wilson Villavicencio.

**DOS:** Es política del Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", que los trabajos de fin de carrera se materialice, se difunda y se lo aplique en beneficio de la comunidad y de los estudiantes que conforman el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI".

**TERCERO:** Comparecen, Ing. Wilson Villavicencio, en calidad de Tutor del trabajo de fin de carrera, y Gabriela Lizeth Guerrero Toapanta, como autora del mismo, por medio del presente escrito, tiene a bien ceder de forma gratuita sus derechos en el trabajo de fin de carrera con título: "Diagnóstico del potencial turístico para promocionar e incentivar el desarrollo de destinos en la parroquia Cebadas, Provincia de Chimborazo"; y conceden autorización para que el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", pueda utilizar este trabajo en beneficio de los estudiantes y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

**CUARTA:** las partes involucradas declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente Acta de Cesión de Derechos del Trabajo de Fin de Carrera.

---

**TUTOR**

---

**AUTOR**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	viii
RESUMEN.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	15
PRIMERA PARTE-PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	16
1.1. Identificación del problema de investigación.....	16
1.2. Formulación del problema.....	19
1.3. Objetivos.....	19
1.3.1. Objetivo general.....	19
1.3.2. Objetivos específicos.....	20
1.4. Justificación.....	20
SEGUNDA PARTE - MARCO TEÓRICO.....	22
2.1. Fundamentación teórica.....	22
2.2. Marco Teórico.....	23
CAPITULO I.....	23
GENERALIDADES DE LA PARROQUIA CEBADAS.....	23
1.1. Descripción de la parroquia Cebadas.....	23
1.2. Historia.....	23
1.3. Clima y temperatura.....	26



1.4.	Límites.....	26
1.5.	Extensión.....	26
1.6.	Altitud.....	26
1.7.	Latitud.....	26
1.8.	Fisiografía y suelos.....	27
1.9.	Hidrografía.....	29
1.10.	Flora.....	29
1.11.	Fauna.....	31
1.12.	División política y administrativa.....	32
1.13.	Idioma.....	33
1.14.	Población.....	33
1.15.	Educación.....	33
1.16.	Salud.....	33
1.17.	Actividad económica.....	34
CAPITULO II.....		35
SISTEMA TURÍSTICO.....		35
2.1.	Atractivo turístico.....	35
2.1.1.	Atractivo turístico natural.....	35
2.1.2.	Atractivo turístico cultural.....	36
2.2.	Infraestructura turística.....	37
2.2.1.	Vías de acceso.....	37
2.2.2.	Servicios básicos.....	38
2.3.	Planta turística.....	39
2.3.1.	Alojamiento.....	39
2.3.2.	Alimentación.....	40
2.3.3.	Transporte.....	40
2.3.4.	Agencia de viajes.....	42
2.4.	Producto turístico.....	42
2.5.	Oferta turística.....	43
2.6.	Demanda turística.....	43
2.7.	Superestructura.....	44
CAPITULO III.....		45

METODOLOGÍA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	45
3.1. Inventario turístico.....	45
3.2. Atractivos turísticos.....	45
3.3. Pasos para elaborar el inventario de atractivos.....	46
3.3.1. Clasificación de los atractivos.....	46
3.3.2. Recopilación de información.....	47
3.3.3. Trabajo de campo.....	47
3.3.4. Registro de la información.....	48
3.3.5. Evaluación y jerarquización.....	48
3.4. Definición de variables y factores.....	51
CAPITULO IV.....	54
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA.....	54
4.1. El marketing en la actividad turística.....	54
4.2. La publicidad en el turismo.....	56
4.3. Los medios de comunicación en el turismo.....	61
4.3.1. Radio.....	61
4.3.2. Televisión.....	62
4.3.3. Impresos.....	63
4.3.4. Folletos.....	64
4.3.5. Carteles.....	65
4.3.6. Volantes.....	66
4.3.7. Fotografía.....	66
4.3.8. Tríptico.....	67
4.3.9. Internet.....	69
2.3. Hipótesis.....	70
TERCERA PARTE - METODOLOGÍA.....	71
3.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	71
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	71
3.3. INSTRUMENTOS RECOLECCIÓN DE DATOS.....	73
3.4. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO.....	74
3.5. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS.....	74
CUARTA PARTE - PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	76

4.1.	Presentación gráfica de resultados .....	76
4.2.	Análisis e interpretación de resultados .....	96
4.3.	Conclusiones .....	126
4.4.	Recomendaciones .....	128
QUINTA PARTE-PROPUESTA .....		130
5.1.	Título de la propuesta.....	130
5.2.	Justificación.....	130
5.3.	Impacto.....	131
5.4.	Objetivos .....	131
5.4.1.	Objetivo General.....	131
5.4.2.	Objetivos Específicos .....	131
5.5.	Ubicación sectorial y física .....	132
5.6.	Viabilidad.....	132
5.7.	Plan de Ejecución .....	133
5.7.1.	Selección de atractivos turísticos .....	135
5.7.2.	Diseño de la ruta turística (mapa) .....	136
5.7.3.	Itinerario.....	137
5.7.4.	Costo de la ruta.....	140
5.7.5.	Promoción de la ruta turística.....	140
5.7.6.	Elaboración del tríptico.....	142
5.8.	Recursos.....	143
5.8.1.	Materiales.....	143
5.8.2.	Económicos.....	143
5.8.3.	Talento Humano.....	143
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		144
ANEXOS.....		145
APÉNDICES.....		149

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.- Cooperativa de Transporte Unidos.....	41
Tabla N° 2.- Parámetros de evaluación y jerarquización de atractivos.....	50
Tabla N° 3.- Frecuencia de género.....	76
Tabla N° 4.- Frecuencia de edad.....	78
Tabla N° 5.- Frecuencia de los atractivos turísticos de la parroquia Cebadas.....	80
Tabla N° 6.- Frecuencia de existencia de lugares de hospedaje.....	82
Tabla N° 7.- Frecuencia de lugares de alimentación.....	83
Tabla N° 8.- Frecuencia de transporte que se dirija a los atractivos.....	84
Tabla N° 9.- Frecuencia de servicios básicos.....	85
Tabla N° 10.- Frecuencia del estado de vías de la parroquia.....	87
Tabla N° 11.- Frecuencia de concurrencia de turistas.....	89
Tabla N° 12.- Frecuencia de los medios para promocionar a la parroquia.....	91
Tabla N° 13.- Ficha de resumen de inventario de inventario de atractivos.....	124,125
Tabla N° 14.- Creación de la ruta turística.....	133,134
Tabla N° 15.- Costo de la ruta.....	140

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Porcentaje de género.....	76
Gráfico N° 2: Porcentaje de edad.....	78
Gráfico N° 3: Porcentaje de personas que conocen los atractivos turísticos de la parroquia Cebadas.....	80
Gráfico N° 4: Porcentaje de existencia de lugares de hospedaje.....	82
Gráfico N° 5: Porcentaje de existencia de lugares de alimentación.....	83
Gráfico N° 6: Porcentaje de servicios de transporte.....	84
Gráfico N° 7: Porcentaje servicios básicos.....	85
Gráfico N° 8: Porcentaje de estado de vías.....	87
Gráfico N° 9: Porcentaje de época de concurrencia de turistas.....	89
Gráfico N° 10: Porcentaje de los medios para promocionar a la parroquia.....	91

**TEMA:** Diagnóstico del potencial turístico para promocionar e incentivar el desarrollo de destinos en la parroquia Cebadas, provincia de Chimborazo.

**Autor:** Gabriela Lizeth Guerrero Toapanta

**Director:** Ing. Wilson Villavicencio

**Fecha:** 01 de Julio/2013

## **RESUMEN**

La parroquia Cebadas ubicada al sureste de la provincia de Chimborazo, cantón Guamate no cuenta con la información suficiente de los diferentes atractivos turísticos que posee y que por el mismo hecho no se han promocionado. Por tal razón con ésta investigación se pretende dar a conocer a la parroquia por medio del levantamiento de información del sistema turístico así como también mediante la creación de una ruta turística plasmada en un tríptico que permita al turista saber más acerca de nuevas alternativas de turismo por realizar en la parroquia.

La investigación es de gran interés para sus pobladores tanto desde el punto de vista social como económico ya que se podría crear fuentes de trabajo en base al turismo y esto a su vez contribuiría en el desarrollo social.

Se realizó una encuesta para determinar que tanto conocen los pobladores del lugar en cuanto al potencial turístico que poseen, así también se realizó una entrevista estructurada al presidente de la Junta Parroquial de Cebadas para saber si se tendría el apoyo necesario a su debido momento sobre esta investigación.

## INTRODUCCIÓN

El turismo es un factor importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país y Ecuador al ser un país megadiverso; admirado por su cultura y bellezas naturales ha visto al turismo como una alternativa para el desarrollo económico por medio del cual se pretende mejore la calidad de vida de los habitantes.

El turismo es importante para el desarrollo de un lugar y la parroquia Cebadas perteneciente al cantón Guamote, Provincia de Chimborazo no es la excepción con una gran riqueza natural y cultural, riquezas tales como la Laguna Negra, Laguna Colay, León Agazapado entre otros.

Y atractivos poco conocidos como la piscícola Atillo, Cerro Padre Urco, los páramos de Pancún Ichubamba.

Es de importancia dar a conocer a los turistas que tienen y existen otros lugares que podrían conocer, para ello es necesario la participación de las autoridades gubernamentales para así emprender acciones que contribuyan con el mejoramiento de la imagen turística de la parroquia Cebadas y por ende se promueva el desarrollo del mismo.

## **PRIMERA PARTE-PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Identificación del problema de investigación.**

El turismo es realmente un factor importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país y Ecuador al ser considerado uno de los países más biodiversos del mundo al tener una variedad de ecosistemas, culturas, arte, aventura, deportes, y fiestas populares; ha apostado por el turismo para que de una forma u otra mejore la calidad de vida de sus habitantes. Dentro de este país megadiverso nos encontramos con Cebadas una parroquia rural perteneciente al Cantón Guamote, localizada al sureste de la provincia de Chimborazo, a 18 km. desde la cabecera cantonal de Guamote y 35.6 km de la Ciudad de Riobamba, está situada a 2800 m.s.n.m., con una superficie de 488 km<sup>2</sup> y una población de 8218 habitantes.

Cebadas también es conocida como Pasaje al Oriente Ecuatoriano, con atractivos poco conocidos por la escasez de información que se tiene de cada uno de los atractivos que posee la Parroquia Cebadas, para esto ha contribuido el desinterés por parte de las autoridades gubernamentales al no involucrarse de lleno



en el desarrollo turístico del lugar, lo que ha provocado en cierta medida al bajo desarrollo económico de la Parroquia Cebadas; ya que si los habitantes de la parroquia conocieran acerca de la potencialidad de los atractivos entonces se crearían microempresas que motiven al desarrollo del turismo en la parroquia y así los principales beneficiarios sería la población de Cebadas, y esto a su vez mejoraría la calidad de vida de sus habitantes.

También hablamos de una falta de infraestructura turística, lo que dificulta más el que los turistas deseen conocer el lugar, ya que ellos necesitan de lugares óptimos para su permanencia lo que conlleva a que los turistas tengan preferencia por otros atractivos que si cuentan con una adecuada infraestructura.

Otra de las causas para que la Parroquia Cebadas no potencialice sus atractivos es que la comunidad desconoce del potencial turístico que posee y al no conocer el valor de sus riquezas hace que con el pasar del tiempo exista una destrucción de los atractivos turísticos esto se puede evidenciar en la zona alta ya que ahí predomina la producción de ganado bovino y ovino sin descartar la explotación de caprinos, equinos

y mulares; lo que pone en riesgo la permanencia de los páramos, es decir constituye un factor de riesgo para la conservación del ecosistema de páramo.

Cebadas cuenta con una gran variedad de atractivos como las Lagunas de Atillo: Magdalena o Colay, Cuyug, entre otras lagunas; vertientes y saltos de agua y sobre todo gente amable y hospitalaria ante el turista.

Además en la laguna Negra donde ocurre el suicidio de los cuvivies, ésta ave muy común en los sitios donde anida, desde Alaska hasta el centro - sur de los Estados Unidos.

Es de vital importancia promocionar y difundir la potencialidad de los atractivos turísticos que posee la parroquia Cebadas, con ello se busca incrementar el número de turistas que se vean interesados por conocer nuevos lugares y que por falta de información no lo pudieron realizar y así a mediano o largo plazo se contribuya en la mejora de la calidad de vida de los habitantes de la parroquia Cebadas.

## **1.2. Formulación del problema**

¿Cómo incide la falta de un diagnóstico potencial en la promoción e incentivo para el desarrollo de destinos turísticos de la parroquia Cebadas?

Incide en una escasa afluencia de turistas ya que al no potencializar los atractivos turísticos se contribuye a que los turistas desconozcan de nuevas alternativas de turismo por visitar y nuevas alternativas de turismo por realizar en la parroquia Cebadas.

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo general**

Realizar un diagnóstico situacional del potencial turístico que posee la parroquia Cebadas para la promoción y desarrollo de destinos priorizados.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Realizar un diagnóstico situacional sobre el sistema turístico de la parroquia Cebadas.
- Realizar el levantamiento de información sobre los atractivos turísticos de la parroquia Cebadas.
- Establecer los medios apropiados para la promoción y difusión de los atractivos turísticos de la parroquia.

### **1.4. Justificación**

Este trabajo nos permite tener una mejor visión acerca de aspectos generales y turísticos de la parroquia Cebadas, una zona que aporta económicamente al desarrollo de la provincia de Chimborazo.

Para llevar a cabo la promoción y difusión de la parroquia Cebadas es necesario recopilar la información acerca de la zona con su variedad de atractivos para que todos estos datos sean utilizados en beneficio de la comunidad.

Este trabajo se lo realiza con el afán de que tanto turistas nacionales como extranjeros conozcan acerca de la Parroquia Cebadas; su gente, sus

costumbres, fiestas, gastronomía y sus atractivos turísticos de gran interés para sus habitantes.

Finalmente mediante la información recopilada en este trabajo las autoridades pertinentes puedan sacar provecho de ésta información y realizar mejoras que contribuyan en la calidad de vida de los parroquianos y a la vez sea una fuente de inspiración y motivación para promocionar turísticamente la parroquia Cebadas y tomen conciencia del patrimonio que poseen y que lo pueden dar a conocer.

## **SEGUNDA PARTE - MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Fundamentación teórica**

En cuanto a la fundamentación teórica se ha podido recopilar datos de la página web: [dspace.espoch.edu.ec](http://dspace.espoch.edu.ec) perteneciente a la Escuela Politécnica de Chimborazo acerca del tema: "Identificación de potencialidades y alternativas para el turismo comunitario en la microcuenca del río Guargualla como actividad económica alternativa"

Autor: COBRA PARDO, José Luis

Año: 11 de mayo 2012

La presente investigación planteó: realiza la investigación de potencialidades y alternativas para el turismo comunitario en la microcuenca del río Guargualla como actividad económica alternativa proponiendo conocer y analizar la estructura organizativa de las comunidades, identificar el potencial turístico y definir las propuestas de las nuevas alternativas del turismo comunitario.

## **2.2. Marco Teórico**

### **CAPITULO I**

#### **GENERALIDADES DE LA PARROQUIA CEBADAS**

##### **1.1. Descripción de la parroquia Cebadas**

La parroquia Cebadas está localizada al sureste de la provincia de Chimborazo y es una de las más importantes ya que la atraviesa la vía que comunica con las provincias de Chimborazo y Morona Santiago, que es la carretera Riobamba - Macas.

##### **1.2. Historia**

La parroquia Cebadas es una de las poblaciones más antiguas del Cantón Guamote, para situarse definitivamente en el sitio donde se encuentran en la actualidad la parroquia Cebadas, nuestros antepasados tuvieron que realizar varios asentamientos en los diferentes sectores, es decir, primeramente en el punto denominado San Nicolás de la comunidad de Pacún Ichubamba, luego fue trasladado más abajo a la comunidad de San Antonio de Cebadas y finalmente se sitúa en la zona donde actualmente se encuentra toda la infraestructura y servicios básicos.

Según el Registro oficial de la LEY DE DIVISIÓN TERRITORIAL del 29 de mayo 1.861 dice que, en el artículo 1; El territorio de la República se divide en las provincias de Pichincha, Imbabura, León, Tungurahua, Chimborazo, Azuay, Loja, Ríos, Guayas, Oriente y Galápagos.

Otorgada por el señor Presidente de la República el Sr. Gabriel García Moreno, Dice en el Art. 6; La Provincia de Chimborazo se compone de los cantones de Riobamba, Alausí, Guano y Sangai.

El cantón de Riobamba consta de las parroquias de Matriz, Yaruquies, San Luis, Punín, Chambo, Pungalá, Licto, CEBADAS, Guamote, Palmira, Columbe, Sicalpa, Cajabamba, Calpi, Licán, Pangor y Pallatanga.

En el Registro Oficial # 58 de 09 de agosto de 1944 se encuentra en las páginas# 1 y 468 la creación del Cantón Guamote en la Provincia de Chimborazo. El Señor Presidente de la República el Excelentísimo Sr. Dr. José María Velasco Ibarra, en ejercicio de los poderes de que se halla investido.

Considerando que el progreso cultural y económico de la parroquia Guamote de la Provincia de Chimborazo,



exige una mejor categoría dentro de la distribución administrativa de la República.

Que existen fundados y justificados antecedentes para el pedimento del Comité de Cantonización de Guamote.

Que es conveniente la reforma de la distribución territorial administrativa en la provincia de Chimborazo, en aceptación de los legítimos anhelos de Guamote.

Decrete:

Art.1 Constitúyase en la provincia de Chimborazo un Nuevo Cantón con el nombre de Guamote, que comprenderá las parroquias de Guamote y Cebadas, esta última perteneciente al Cantón Riobamba y de las parroquias que el municipio del nuevo Cantón creare con los caseríos Merced Cadena, Chismaute, Gualipite.

Art.2 La cabecera cantonal de la nueva entidad, será la parroquia de Guamote. (Cebadas, 2012)

### **1.3. Clima y temperatura**

La parroquia posee un clima templado - frío. La temperatura oscila entre los 8 grados centígrados hasta los 20 grados centígrados.

### **1.4. Límites**

NORTE: Río Guarguallá

SUR: Achupallas

ESTE: Morona Santiago

OESTE: Guamote

### **1.5. Extensión**

Su extensión es de 570.78 kilómetros cuadrados

### **1.6. Altitud**

La parroquia Cebadas se encuentra entre los 2.600 metros sobre el nivel del mar hasta los 4.500 sobre el nivel del mar.

La cabecera parroquial se encuentra sobre los 2.942 metros sobre el nivel del mar.

### **1.7. Latitud**

Es de -1.9 grados.

### **1.8. Fisiografía y suelos**

La parroquia Cebadas, se encuentra dentro del cantón Guamote, la cual está ubicada en la parte central del callejón interandino, al sureste de la cabecera provincial de Chimborazo, se encuentra a una altitud que va desde los 2600 hasta los 4500 m.s.n.m. su temperatura media anuales de 13.7 grados centígrados, constituyéndose dos tipos de climas: invierno húmedo frío en los meses de octubre a mayo y verano cálido, seco, ventoso en los meses de junio a septiembre; presenta además una humedad relativa del 96.8%, una nubosidad de 3.1 horas/día y una precipitación de 681.3mm según datos INAMHI 1993

La parroquia Cebadas posee una topografía irregular debido a la influencia de las cordilleras Central y Occidental de los Andes, la mayor parte de los territorios de la parroquia presentan pendientes pronunciadas, que en algunos casos sobrepasan los 50 grados de inclinación, los territorios de las comunidades tienen pendientes superiores a los 15 grados. Este fenómeno natural sumado a la acción fluvial se constituye en las principales causas de la erosión de los suelos, especialmente en la cuenca del río Cebadas.

Cebadas posee tres zonas latitudinales, las mismas que se describen a continuación:

**Zona baja,** situada desde los 2.600 hasta los 2.950 m.s.n.m, la misma que se ubica hacia las cuencas hidrográficas de los ríos Cebadas y Guamote. La topografía de esta zona va de plana a ondulada con pendientes de 5 a 15 grados en algunos sitios con pendientes de 30 grados.

**Zona media,** situada desde los 3.00 hasta los 3.200 m.s.n.m. Se localiza hacia los flancos y estribaciones de la cadena montañosa de los andes centrales. Esta zona posee bajas precipitaciones pluviales anuales, por este motivo la agricultura que se desarrolla es principalmente de secano. Los suelos de esta zona se caracterizan por poseer pendientes que van desde los 15 hasta los 60 grados, lo que ha provocado junto al mal manejo de los suelos y el agua la erosión de los mismos.

**Zona alta,** situada desde los 3,250 hasta los 4.500 m.s.n.m. Se localiza en las cimas de las montañas. Los suelos de esta zona, poseen pendientes que van desde los 15 a los 30 grados de inclinación, y en algunos sectores son completamente escarpados con pendientes que superan los 60 grados. Esta zona posee suelos

negros con altos contenidos de materia orgánica, de textura franca con buena capacidad de retención de humedad, y con altas precipitaciones pluviales anuales. (Cebadas, 2012)

### **1.9. Hidrografía**

Los principales ríos que cruzan la parroquia Cebadas son: el río Atillo que se junta con el río Ozogoche y Yasipán formando el río Cebadas, el cual se une con el río Guamote y el río Guarguallá para formar el río Chambo, el cual se une al río Patate y forma el río Pastaza, el cual desemboca en el río Amazonas. (Cebadas, 2012)

### **1.10. Flora**

En cuanto a flora podemos mencionar las siguientes:

NOMBRE VULGAR	NOMBRE CIENTÍFICO
Paja	<u>Stipa ichu</u>
Quishuar	<u>Buddleja incana</u>
Romero	<u>Rosmarinus officinalis</u>
Sanshi	<u>Triplaris guayaquilensis</u>
Sunfo	<u>Capparis scabrida</u>

Taraxaco	<u>Taraxacum officinale</u>
Uvilla	<u>Phisalys peruviana</u>
Valeriana	<u>Valeriana rigida</u>
Chilca blanca	<u>Baccharis polyantha</u>
Aliso	<u>Alnus glutinosa</u>
Capulí	<u>Prunus serótina</u>
Chanca piedra	<u>Phyllanthus niruri</u>
Hierba buena	<u>Mentha sativa</u>
Hierba mora	<u>Solanum nigrum</u>
Llantén	<u>Plantago major</u>
Marco	<u>Ambrosia arborescens</u>
Sauco	<u>Sambucusnigra L</u>
Taxo	<u>Passiflora tarminiana</u>

### 1.11. Fauna

En cuanto a fauna tenemos:

Águila	<u>Harpyhalyaetus coronatus</u>
Colibrí	<u>Lafresnaya lafresnayi</u>
Cóndor	<u>Vultur gryphus</u>
Cuscungo	<u>Bubo virginianus</u>
Cuviví	<u>Bartramia longicauda</u>
Gavilán	<u>Acipitternisus</u>
Lechuza	<u>Tyto alba</u>
Raposa	<u>Didelphis marsupialis</u>
Torcaza	<u>Zenaida asiática</u>
Trucha	<u>Oncorhynchus mikiss</u>
Venado	<u>Ozotoceros bezoarticus</u>
Zorro	<u>Vulpes vulpes</u>
Pato	<u>Anas platyrhynchos</u>
Perdíz	<u>Alectoris rufa</u>
Tórtolas	<u>Sterptopelia chinensis</u>
Ciriuinga	<u>Phalcoboenus carunculatus</u>

Cuy	<u>Cavia porcellus</u>
Ratón	<u>Akodon mollis</u>
Chucuri	<u>Mustela frenata</u>

### **1.12. División política y administrativa**

Según la página web del Gobierno Autónomo de Cebadas [www.cebadas.gob.ec](http://www.cebadas.gob.ec) dentro del territorio de la parroquia Cebadas tenemos identificadas tres zonas:

**Zona 1,** corresponde las comunidades de Puca Totoras, Atillo, Quesera Loma, Millmahuanchi, Reten Ichubamba, Ichubamba Bajo y San Antonio de Cebadas.

**Zona 2,** a la que pertenecen las comunidades de Tres Aguas, Illshbug Curiquina, Ishbug Utucún, Quishuar Yacuñay, Vía Oriente, San Vicente de Tablillas, Gaurón Cochapamba, Cebadas Centro, Inmaculada Cofradía, Cenán, Tagmo Chacapalan, San Francisco de Cebadas, Santa Teresita, Airón Cruz, Cecel Airón, Yanachahuar y Bazán Chico.

**Zona 3,** en esta zona se encuentran las comunidades de Bazán Grande, Gozoy San Luis, la Asociación San Alberto, Tranca San Luis, Tranca Pucara, Tranca Shulpuj, Guarguallá Grande, Guarguallá San Eduardo.



### **1.13. Idioma**

En la parroquia de Cebadas la mayoría de comunidades considera que el 97.1% son bilingües, es decir que hablan el castellano y el kichwa.

### **1.14. Población**

Según los resultados obtenidos en el último censo de Población y Vivienda 2010, la población de la parroquia Cebadas es de 8.218 habitantes, de los cuales 4.019 son hombres y 4.199 son mujeres. (INEC, 2010)

### **1.15. Educación**

En la parroquia existen 34 instituciones educativas, de las cuales 4 ofertan hasta el nivel preescolar; 22 instituciones tienen hasta el nivel primario, 3 hasta el ciclo básico y 5 hasta el nivel de bachillerato.

### **1.16. Salud**

Los habitantes de la parroquia Cebadas cuentan con un subcentro de salud para 8218 personas la misma que no cuenta con una adecuada infraestructura y falta de personal de salud, además existen 2 puestos de salud ubicados en dos comunidades que pertenecen a la parroquia mismos que prestan atención preventiva y una vez al mes se da atención curativa.

### **1.17.Actividad económica**

La parroquia se denomina agropecuaria, identificándose a la zona 2, como una zona de mayor producción agrícola y en la que se encuentra la mayor cantidad de asentamientos humanos en una extensión menor de territorio, donde se puede encontrar pequeños lotes en los que se realizan siembras.

La zona 1 y la zona 3 se denominan más pecuarias que agrícolas ya que se encuentran pocos asentamientos humanos y una extensión mayor de territorio, en donde se desarrollan las actividades como la crianza de ganado mayor y la siembra de pastos, también son las zonas donde se encuentran los páramos.

## **CAPITULO II**

### **SISTEMA TURÍSTICO**

#### **2.1. Atractivo turístico**

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

Los atractivos turísticos pueden ser de muchos tipos, ya sea permanentes o temporales, y se clasifican en dos grandes grupos: atractivos naturales y atractivos culturales.

##### **2.1.1. Atractivo turístico natural**

Los atractivos turísticos naturales son aquellos creados por la naturaleza. Es decir que en su formación no ha intervenido directamente la acción humana. (Gurria Di Bella, 1991, pág. 48)

Es así que en la parroquia Cebadas tenemos los siguientes atractivos turísticos naturales:

- o Laguna Magdalena o Colay
- o Laguna Kuyuk
- o Laguna Negra
- o Cerro padre Urco
- o León agazapado
- o Río Cebadas
- o Río Atillo
- o Páramo Pancún Ichubamba

#### **2.1.2. Atractivo turístico cultural**

Los atractivos turísticos culturales son aquellos elementos en que interviene o ha intervenido la acción humana en el devenir histórico, o bien se establecen por razones culturales o comerciales. (Gurria Di Bella, 1991, pág. 48)

Según lo mencionado anteriormente en la parroquia Cebadas tenemos los siguientes atractivos turísticos culturales:

- o Industria de Lácteos Cebadeño
- o Piscícola Atillo
- o Feria indígena
- o Comunidad Guarguallá

## **2.2. Infraestructura turística**

Según la página web [es.scribd.com/doc/18972710/Turismo-Definiciones-de-Turismo](https://es.scribd.com/doc/18972710/Turismo-Definiciones-de-Turismo) es el conjunto de obras y servicios que permiten, en general, el desarrollo socioeconómico de un país y que el turismo utiliza para impulsar su actividad tales como:

Rutas de acceso: redes viales, aeropuertos, terminales, etc.

Comunicaciones: Teléfono, correo, internet, etc

Equipamiento urbano: servicio de agua y desagüe, alcantarillado y energía eléctrica.

### **2.2.1. Vías de acceso**

Cebadas cuenta con dos vías la carretera Riobamba - Cebadas - Macas que es de primer orden, con un tiempo de recorrido aproximado de 45 minutos y la carretera Guamate - Cebadas de segundo orden con tiempo de recorrido aproximado de 1 hora.

## **2.2.2. Servicios básicos**

### **Luz eléctrica**

Todas las comunidades cuentan con servicio de luz eléctrica.

### **Agua**

El número de familias que tiene un acceso de agua según el inventario de recursos hídricos de la provincia de Chimborazo es de 8.340 familias; de las cuales 3.083 familias tienen uno o varios accesos al agua de riego; 5.256 familias poseen uno o más accesos para agua de consumo humano y de uso doméstico y 1 familia tiene acceso al agua para realizar piscicultura.

La forma de administración que presenta los sistemas de riego en la parroquia Cebadas es mediante directorios y juntas administradoras de agua para riego, las cuales disponen de una tarifa para el mantenimiento de los sistemas contando con operadores, los cuales perciben una pequeña remuneración. Por lo general estos sistemas de agua de riego llaman a los usuarios a realizar trabajos de limpieza y adecuación por medio de la práctica ancestral como la minga. (Cebadas, 2012)

### **Servicio telefónico**

El servicio de comunicación en la parroquia Cebadas está a cargo de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), internet y telefonía móvil de las empresas Claro y Movistar en Cebadas Centro; el resto de comunidades no cuenta con este servicio.

### **2.3. Planta turística**

Es una combinación de bienes y servicios lo cual constituye un recurso disponible para ofrecerlo a quienes lo demandan.

La planta está formada por las instalaciones y el equipo de producción de bienes o servicios que satisfacen lo que requiere el turista en su desplazamiento y estancia en el destino escogido. (Gurria Di Bella, 1991, pág. 52)

#### **2.3.1. Alojamiento**

El servicio de alojamiento para los viajeros existe desde hace mucho tiempo. Desde las posadas de la época bíblica, hasta los modernos y complejos establecimientos hoteleros.

El alojamiento se ha transformado de muchas y variadas maneras a través del tiempo, sin embargo, el

servicio fundamental es satisfacer las necesidades del viajero, el cual necesita dormir en determinado lugar. (Gurria Di Bella, 1991, pág. 55)

Cebadas cuenta con un hotel para una capacidad de 15 personas, la misma que aún no presta sus servicios.

### **2.3.2. Alimentación**

Los servicios de alojamiento y alimentación se encuentran íntimamente relacionados, el servicio de alimentación constituye un servicio turístico, puesto que está dirigido fundamentalmente al viajero que se aloja en determinado lugar o que al visitar un lugar requiere de este servicio.

En cuanto a la alimentación podemos mencionar:

Paradero restaurante "Los Saskines"

Restaurante "El Ranchito La Pozada"

Paradero "El Encanto de la Lagunas"

Restaurante "El Descanso del Viajero"

### **2.3.3. Transporte**

Un destino turístico debe ser accesible mediante uno o varios medios de transporte desde el lugar donde se origina el desplazamiento. La importancia de un destino



turístico se puede medir por los medios de transporte que lleguen a ese lugar. (Gurria Di Bella, 1991, pág. 53)

La parroquia cuenta con la Cooperativa de Transportes Unidos que cumple con los siguientes horarios y destinos

**Tabla N°1. Cooperativa de Transporte Unidos**

<b>LUGAR DE SALIDA</b>	<b>DESTINO</b>	<b>HORARIO DE SALIDA</b>
Riobamba	Macas	4:30 a.m.
Riobamba	Atillo	6:00 p.m.
Riobamba	Cebadas	6:30/7:15/8:10 a.m.
Riobamba	Macas	9:00 a.m.
Riobamba	Cebadas	10:00/11:00 a.m.
Riobamba	Atillo	12:00 p.m.
Riobamba	Cebadas	12:30/13:00/14:30 p.m.
Riobamba	Atillo	15:00 p.m.
Riobamba	Cebadas	15:30/16:00/16:30/17:00/ 17:30/18:00/18:30/19:00/ 19:30/20:20 p.m.
Riobamba	Macas	22:00 p.m.

Elaborado por: Gabriela Guerrero

Adicionalmente tenemos la línea de transporte Mushuc Yuyay la que transporta a las comunidades que se encuentran en la zona alta la misma que no cuenta con una disponibilidad frecuencia.

#### **2.3.4. Agencia de viajes**

Según Gurria Di Bella, (1991) "en todo proceso de comercialización, ya sea de bienes o servicios, se requiere de la intervención de uno o varios intermediarios que tengan la posibilidad y capacidad de establecer la unión entre la oferta y la demanda. Así, se asegura que el producto, cualquiera que sea se encuentre en la cantidad, variedad y forma que requiere el consumidor en el momento adecuado" (pag.81).

La parroquia Cebadas no cuenta aún con agencias de viajes que permitan ser el intermediario entre los atractivos turísticos y los turistas.

#### **2.4. Producto turístico**

Según la página web [es.scribd.com/doc/18972710/Turismo-Definiciones-de-Turismo](https://es.scribd.com/doc/18972710/Turismo-Definiciones-de-Turismo) es el conjunto de bienes y servicios puestos a disposición del usuario compuesto por:

- o Recursos turísticos
- o Atractivos turísticos
- o Planta turística
- o Servicios complementarios
- o Medios de Transporte
- o Infraestructura básica

### **2.5. Oferta turística**

La página web [es.scribd.com/doc/18972710/Turismo-Definiciones-de-Turismo](https://es.scribd.com/doc/18972710/Turismo-Definiciones-de-Turismo) menciona que es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico es decir los servicios y comodidades al cual se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado.

### **2.6. Demanda turística**

Lo constituyen los visitantes que desean acceder a los diversos servicios que conforman la actividad turística.

## **2.7. Superestructura**

Según la página web [www.slideshare.net/Cramberry/superestructura-del-turismo](http://www.slideshare.net/Cramberry/superestructura-del-turismo) es el conjunto de organismos públicos y privados que regulan, fomentan y/o coordinan la actividad turística, es decir, es la compleja organización que permite armonizar tanto la producción y venta de servicios como las relaciones resultantes de la práctica del turismo.

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.**

#### **3.1. Inventario turístico**

Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas de desarrollo turístico.

#### **3.2. Atractivos turísticos**

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.

### 3.3. Pasos para elaborar el inventario de atractivos

#### 3.3.1. Clasificación de los atractivos

La clasificación de las categorías de atractivos en esta metodología se la hace en dos grupos: Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

En la categoría de **Sitios Naturales** se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos, Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Geológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas Protegidas.

En la categoría **Manifestaciones Culturales** se reconocen los tipos: Históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

**Categoría:** Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística, dependiendo de su naturaleza.

**Tipo:** Son los elementos de características similares en una categoría.

**Subtipo:** Son los elementos que caracterizan los tipos.

### **3.3.2. Recopilación de información**

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

### **3.3.3. Trabajo de campo**

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo.

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demanda esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se harán al menos 5 fotografías.

#### **3.3.4. Registro de la información**

Luego de culminadas las etapas anteriores se seleccionará la información definitiva sobre cada atractivo y se registrará en los formularios diseñados para este efecto según las categorías

#### **3.3.5. Evaluación y jerarquización**

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

Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción.

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

**Jerarquía III:** Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor



porcentaje internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

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

**Jerarquía I:** Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y en funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico. Los atractivos deberán ser evaluados en base a tres parámetros

**Tabla N°2. Parámetros para la evaluación y jerarquización de atractivos**

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	15
	b) Valor extrínseco	15
	c) Entorno	10
	d) Estado de conservación (y/u organización)	10
	Total calidad	<b>50</b>
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	10
	c) Asociación con otros atractivos	10
	Total apoyo	<b>25</b>
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	7
	d) Internacional	12
	Total significado	<b>25</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Metodología para inventario de atractivos turísticos, 1993

Los rangos son:

1 a 25 puntos: Jerarquía I

26 a 50 puntos: Jerarquía II

51 a 75 puntos: Jerarquía III

76 a 100 puntos: Jerarquía IV

### **3.4. Definición de variables y factores**

**CALIDAD:** Es la medida del interés de un atractivo, inherente a sí mismo. Las características que hacen único o relativamente único al atractivo y que motivan la visita de corrientes turísticas.

**Valor intrínseco,** Significa el valor en sí del atractivo de acuerdo a la naturaleza; es decir, escénico, científico, artístico, cultural, etc.

**Valor extrínseco,** es el valor convencional en un atractivo; esto es, afectado en magnitud, majestuosidad, monumentalidad, o por hecho o por factor circunstancial o accidental (como es el caso de los bienes históricos). Para el caso de Sitios Naturales se debe valorar en función de los usos y en la medida de su exclusividad o variedad.

**Estado de conservación (y/u organización),** significa el grado de integridad física en el que se encuentra un atractivo, tanto desde el punto de vista de su situación original o inicial como a partir de las posibles acciones del hombre para buscar una mayor vida del atractivo. Para el caso de acontecimientos programados se considera la organización, contenido, programación y cumplimiento del evento.

**Entorno**, se refiere al ambiente físico-biológico y socio-cultural que rodea un atractivo. Dado que es susceptible de mejoramiento se le han asignado 10 puntos como valor máximo.

**APOYO:** Es la medida de las condiciones físicas y operativas que complementan el atractivo, para contribuir a su difusión y puesta efectiva en el mercado.

**Acceso**, este factor comprende tanto las facilidades turísticas como aquellos servicios indispensables para satisfacer las necesidades del turista, en la zona donde está el atractivo, teniendo como área de ubicación un radio de dos horas de recorrido a pie, a caballo o en un automóvil. Se evalúa también en este factor la acción de los comercializadores del turismo en pro de la promoción de los atractivos.

**Servicios**, este factor comprende tanto las facilidades turísticas como aquellos servicios indispensables para satisfacer las necesidades del turista, en la zona donde está el atractivo, teniendo como área de ubicación un radio de dos horas de recorrido a pie, a caballo o en un automóvil.

Se evalúa también en este factor la acción de los comercializadores del turismo en pro de la promoción de los atractivos.

**Asociación con otros atractivos,** permite medir el grado de complementariedad de un atractivo al pertenecer o estar ubicado dentro de un conjunto de atractivos, hecho que afecta su difusión en el mercado turístico.

**SIGNIFICADO:** Es la variable que denota la importancia o relevancia de un atractivo en función del área territorial donde es conocido o divulgado.

**Local,** Este factor está referido al grado de conocimiento del atractivo dentro del área municipal.

**Provincial,** el conocimiento o difusión abarca una o más provincias.

**Nacional,** el área de difusión abarca la totalidad del país.

**Internacional,** el atractivo supera las fronteras y es conocido en otros países. Son generalmente los atractivos promocionados por el turismo receptivo. (Metodología para inventario de atractivos turísticos, 1993)

## **CAPITULO IV**

### **PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA.**

#### **4.1. El marketing en la actividad turística**

A través del tiempo, la forma de comercialización ha estado siempre íntimamente ligada al carácter de la economía dominante, razón por la cual, a medida que la sociedad ha ido avanzando de una etapa de desarrollo económico a otra, los negocios han ido cambiando de orientación, tratando de adaptarse así, a la nueva situación imperante.

Al principio la orientación fue hacia la producción, en virtud de que los bienes y servicios eran escasos, se contaba con una gran demanda, y el mayor problema, por lo tanto, consistía en aumentar la producción para, por ese medio, poder satisfacer sus necesidades.

Con el tiempo, y como consecuencia de esa orientación hacia la producción, la oferta fue superando a la demanda. Se comenzaron entonces a mejorar los procedimientos destinados a estimular la demanda, aumentándose los gastos en publicidad e incrementándose los esfuerzos de venta personal,

pasando de esa manera la comercialización, a una orientación que se denominó hacia las ventas.

En las últimas décadas, sin embargo, los negocios se han orientado hacia el concepto de marketing, al reconocerse que la orientación hacia las ventas no constituye la solución, en una época de rápidos cambios tecnológicos, económicos y sociales, y que se caracteriza, además, por una intensa competencia.

La orientación de las actividades de comercialización hacia el concepto de marketing, difiere en muchos aspectos del concepto de ventas, aunque muchas veces ambas se confundan, y las diferencias no sean debidamente apreciadas. El concepto de ventas parte del producto y considera que las acciones por desarrollar consisten en realizar un esfuerzo de promoción y venta personal, para aumentar de este modo el volumen de ventas y obtener beneficio. El concepto de marketing por el contrario, tiene como base al cliente, y tiende a lograr su satisfacción como medio para obtener los beneficios deseados.

El concepto de marketing, por lo tanto, exige un cambio de orientación en el proceso de comercialización, por parte del productor, quien debe dejar de mirar hacia adentro, es decir, hacia su propio

producto, para pasar a mirar hacia afuera, o sea, hacia el cliente. No sólo para tratar de detectar las necesidades o los deseos de este último, sino además, para saber cuáles serán en realidad sus verdaderas oportunidades de venta, en función de la competencia a la cual el producto se verá expuesto en el mercado. (Acerenza, 1986, págs. 17,18)

#### **4.2. La publicidad en el turismo.**

En el mundo de la publicidad, los esfuerzos colectivos de publicistas, comunicólogos, mercadólogos, y otros, son ejemplo patente de cómo persuadir a un determinado público de que al seguir ciertos comportamientos, cómo comer en algún restaurante, alojarse en determinado hotel, comprar algún paquete turístico, arrendar un automóvil de cierta marca, o viajar por una línea aérea en especial, va a aportarle todo tipo de beneficios. Por lo tanto, los mensajes han de ser realmente persuasivos, tener contenido, esto significa que posean propiedades capaces de alterar el funcionamiento psicológico del individuo, de modo tal que éste responda de manera directa al objeto de la persuasión con las normas de comportamiento deseadas o sugeridas por el persuasor, en este caso, el vendedor de servicios o productos turísticos.



Las reacciones a la persuasión están determinadas no solamente por quién lo dice, por lo que dice, cómo lo dice, cuándo, dónde y con qué frecuencia lo dice, también lo están por las características socioculturales del individuo a quien se le dice, y a quien se quiere incorporar a la actividad turística.

Cuando se consigue crear una imagen de un servicio o producto, se ha cumplido con una de las finalidades más importantes de la publicidad, o sea, la de la penetración. Ésta se logra con base en tres aspectos fundamentales: la cantidad de personas a la que llega la publicidad a través de un vehículo de comunicación; la frecuencia o intensidad con la que les es presentada, sin caer en el exceso o en la monotonía, y la saturación, esto es, la utilización de todos los medios al alcance.

Entre los conceptos psicológicos que emplea la publicidad turística para lograr sus objetivos, se podrían mencionar el estímulo de la vanidad; la ambición de elevar la posición social; la búsqueda de aventuras y nuevas experiencias en un mundo cada vez más pequeño.

La publicidad turística, como toda publicidad, está destinada a obtener utilidades por medio de

anuncios o campañas que hagan atractivos los servicios, y tratan de que siempre el cliente potencial se convierta en real al momento de hacer uso de ellos.

Una campaña publicitaria, es decir, una sucesión de llamamientos al público unidos por un nexo común - idea fundamental, promesa o presentación - y en un lapso determinado, acostumbra a seguir una estrategia parecida a la que usan los militares cuando van a la guerra. Los publicistas también se valen de una estrategia, en ella hacen acopio de todas sus fuerzas y de todos los recursos disponibles para alcanzar el éxito. Se trata de un conjunto de técnicas de ataque dirigidas a conseguir un determinado propósito. El combate se libra en la mente del público, la que haría las veces de un campo de batalla, en donde se emplean "armas" de venta, se invaden o conquistan los mercados de la competencia.

En una campaña publicitaria relacionada con el turismo, se unen fuerzas, medios, actitudes y argumentos: cortesía, hospitalidad, descanso, recreación, otros, para lograr el mejor de los resultados.

La guerra se presenta así en sentido figurado, ya que la publicidad, en lo ideal, debe ser orientadora

del consumidor y no su enemiga. Tal guerra, por lo tanto, se gana cuando la gente consume el servicio turístico ofrecido.

Una estrategia publicitaria comienza estudiando los servicios turísticos ya existentes, preguntándose en qué son diferentes, cómo se hace la publicidad para los otros, y qué lugar se puede ocupar en todo ello. El consumidor va a comprar lo nuestro con lo de los otros: mejor precio, hoteles más confortables, número de días que incluye el viaje, mayor cantidad y calidad en la alimentación, etc.

Otro punto importante es saber a quién o a quiénes se venderán los servicios; con esto se definirá el vocabulario a utilizar, el tipo de alojamiento, las imágenes a escoger, y aún el papel en el que se va a trabajar los impresos.

Hay que mostrar asimismo que lo que se brinda es diferente y mejor a lo que ofrecen los demás. Es necesario entonces dar una imagen de fuerza.

Para lanzar la campaña publicitaria, el emisor codifica su mensaje basado en los conocimientos que posee y que transmite al receptor. Una vez efectuada la campaña, se hacen estudios para saber si fue bien

recibida y por quien. De este modo, se verá si hubo algún error, si es necesario hacer cambios o mejoras en el futuro; si existieron, por ejemplo, barreras semánticas (el empleo del lenguaje no fue el apropiado), o físicas (equivocación en el uso del medio).

La publicidad turística tiene la misión de informar acerca de un lugar, del estilo de vida de sus habitantes, y de la forma en que uno y otro se van a dar a conocer. La publicidad, en este campo, desempeña la función de un enviado directo, de un embajador, el cual se encarga de transmitir una imagen agradable, la mejor de todas, y a la medida de la idea que el público se hace de un sitio, y de los que en él viven.

En consecuencia, la efectividad de la publicidad en el turismo, principal conexión entre el vendedor y el usuario, se da por la capacidad informativa que despliega, y por la habilidad comunicativa con que capta la atención del comprador estimulando sus necesidades, emociones o deseos, a fin de que adquiera lo que brinda quien paga la publicidad.

El éxito completo vendrá cuando después de haber obtenido el servicio o producto turístico, éste haya reunido las cualidades ofrecidas y satisfecho al

cliente, el que a su vez se encargará de realizar la más eficaz de las propagandas: la que se efectúa de persona a persona. (Dahdá, 1990, págs. 47,48,49,50)

#### **4.3. Los medios de comunicación en el turismo**

##### **4.3.1. Radio**

Se podría decir que la penetración de la radio, en muchos países, ha alcanzado el punto de saturación, ya que existen receptores en dormitorios, cocinas, automóviles, y aún en los lugares más remotos, gracias a aparatos portátiles transistorizados. La radio tiene la ventaja de que se escucha sin dejar de realizar las actividades cotidianas.

La publicidad turística está enfocada en gran medida a aquellos que sintonizan estaciones de frecuencia modulada, tomando en cuenta rasgos distintivos como edad, ingresos, nivel de educación. En lo tocante al vocabulario seleccionado para este género de publicidad, tanto en la radio, como en los otros medios de comunicación, hay que hacer notar que va de acuerdo con el público al que se dirige.

En lo que se refiere a la radiodifusión, es necesario agregar q debe reforzarse lo que se dice, ser más descriptivo, trazar líneas y pintar colores en la

mente del radioescucha; todo ello en unos cuantos segundos de anuncios breves llamados "cuñas" o "spots", con objeto de que se capte el mensaje proporcionado, pues en este medio se carece del soporte visual.

Por último, la penetración de la radio se determina a través de servicios de medición, sintonía o auditorio, para lo cual, los anunciantes disponen de diferentes servicios calificadoros. (Dahdá, 1990, pág. 52)

#### **4.3.2. Televisión**

La televisión constituye un mecanismo tecnológico de influencia inmediata y directa. Su imagen es rápida, descriptiva y sintética. Permite a la mente recibir y retener mucha información en una fracción de segundo.

La televisión, al aunar imagen y sonido - música, colores, paisajes, ejerce una singular afluencia, pues graba el mensaje transmitido con mayor facilidad en la mente del público, mediante su enorme capacidad expresiva y su extraordinario poder de sugerencia.

Aquí no se debe dejar de mencionar la propaganda turística que efectúan las emisoras de televisión en los cortes hechos para introducir la señal de identificación del canal, ni olvidar que muchos

televidentes, al finalizar una emisión, cambian de canal, se alejan momentáneamente del receptor, o lo apagan. Esto ha de contemplarse al planear la inserción de mensajes publicitarios en este medio.

Para terminar, habría que recordar que los costos publicitarios en televisión son elevados, por esta razón las empresas turísticas la utilizan poco, y casi siempre para paquetes de gran auge o promoción. (Dahdá, 1990, pág. 53)

#### **4.3.3. Impresos**

En la sociedad de los medios de comunicación de masas, la información está dominando todos los procesos intelectivos y selectivos, y el pensamiento depende casi exclusivamente de la imagen gráfica y electrónica.

Las artes gráficas se adentran día a día en complejos procesos de la tecnología. Merced a una cada vez mejor composición, y a una mayor riqueza visual y material, hoy se pueden obtener y manejar papeles impresos de magnífica calidad. (Dahdá, 1990, pág. 53)

#### **4.3.4. Folletos**

Un folleto, a diferencia de un catálogo que es un muestrario de servicios y productos, no sólo está compuesto por simples ilustraciones y palabras coherentes las unas con las otras, sino que detrás del mismo existe un fondo técnico y significativo, al igual que económico, pues está sujeto a una escala de costos, en cuanto a calidad y cantidad, y a la ley de la oferta y la demanda.

El nivel de calidad de un folleto turístico se adecua al nivel cultural, social y económico, así como al sentido crítico, del público al que se considera. Hay una serie de manejos, ocultos en ocasiones y evidentes en otras, que nos hacen descubrir una relación directa entre el tratamiento técnico y el ideológico.

La parte escrita de un folleto se compone de representaciones visuales que obviamente se dirigen a los ojos, en todo esto podría entrar incluso hasta el tacto, por medio de un papel de buena calidad que impresionaría favorablemente al cliente potencial.



En conclusión, el folleto turístico debe explotar plenamente las posibilidades de la manifestación y de la comunicación gráfica. (Dahdá, 1990, pág. 54)

#### **4.3.5. Carteles**

El cartel ha buscado siempre la plasticidad que impacte mediante el equilibrio del color, la alegoría, y lo espectacular de la figura central del tema; tan es así, que es un muy apreciable objeto de colección. Las leyendas que lo acompañan han de ser objetivas, breves y con grandes caracteres, sus formas reducidas a la mínima expresión, sin demérito a su eficacia; de modo tal que la gente los pueda ver a leer fácilmente a distancia y, sobre todo, que durante el tiempo que dedique a su contemplación, los logre retener en su memoria.

El juego del color y el atractivo de la imagen posibilitan, al integrarse entre sí, el objetivo primordial de un cartel, que en el caso del turismo, el cual mucho la ha aprovechado, es mostrar los sitios más atractivos de los diversos destinos turísticos.

En cuanto a su costo, éste variará según el papel, el tamaño, y el número de negativos y/o tintas que se empleen. (Dahdá, 1990, pág. 55)

#### **4.3.6. Volantes**

El volante, hoja de papel en la que se imprime algún mensaje o aviso, es un instrumento muy socorrido de las empresas pequeñas. El turismo en mucho se ha valido de este medio para dar a conocer su oferta. Los volantes se distribuyen personalmente o por correo.

Para publicidad en el extranjero, se empleará el mismo material gráfico con el que se cuenta, haciendo, dado el caso, la o las traducciones necesarias. (Dahdá, 1990, págs. 56,57)

#### **4.3.7. Fotografía**

Es preferible presentar en periódicos, revistas, carteles o folletos de viaje en lugar de dibujos que no siempre dicen mucho al que los ve, fotografías que saben halagar y acariciar la retina, aquélla que sólo el contacto directo logra proporcionar. Dicha parte de la realidad es escamoteada mediante imágenes que muestran la mejor cara de un sitio determinado, con el apoyo de los colores más atractivos y contrastes, de las luces más brillantes, y de los mejores ángulos visuales, ejerciendo de esta manera un embrujo hipnótico en quien les contempla.

Si bien las fotografías en un folleto elevan el costo del mismo, ayudan igualmente al público a identificar un objeto cuando se le mira. Una fotografía bien hecha suele desafiar a una buena descripción escrita. Además las fotografías en un impreso turístico se complementan con todas las características, responsabilidades o condiciones del servicio o producto considerado.

Las fotografías pueden ser elaboradas para un determinado trabajo publicitario, o conseguirse en archivos de agencias especializadas. (Dahdá, 1990, págs. 57,58)

#### **4.3.8. Tríptico**

Un tríptico es un folleto informativo doblado en tres partes, por lo regular es del tamaño de una hoja de papel tamaño carta, contiene la información del evento e institución que lo organiza y las fechas, en la cara frontal, en las tres del centro de la hoja vienen los invitados especiales, el contenido de conferencias, horarios, ponentes, recesos, datos de la inauguración y clausura, en la parte posterior se dejan los datos para la inscripción e informes. Su nombre deriva, por extensión, de los trípticos artísticos.

### Características generales:

El tamaño varía dependiendo del formato que más se atenga a lo que se quiera poner o decir, variando el tamaño del soporte principal, siempre teniendo en cuenta que doblará tres veces horizontalmente. Por ejemplo, si se toma un DIN A4 como soporte de nuestro tríptico se tendrá que aplicar la regla de 100x 100x97 mm, dejando 3mm al final para no parecer irregular el doblaje cuando se cierre, teniendo en cuenta que la primera proporción es la portada. La forma de distribución de los trípticos es variada siendo muy habitual el mailing al domicilio de los clientes. También se distribuye por medio de buzoneo o se coloca sobre los mostradores de venta o en muebles expositores.

La disposición de la información suele ser la siguiente:

En la portada se coloca el eslogan o frase de la campaña así como el logotipo identificativo de la empresa.

En el interior se despliega el argumentario de ventas exponiendo ventajas competitivas del producto o servicio, generalmente, apoyadas por fotografías o

gráficos. El juego de tres láminas que se van desplegando permite ir exponiendo los argumentos en un orden determinado de modo que vaya creciendo el interés del cliente.

Por último la contraportada se reserva para colocar el logotipo de la empresa y datos de utilidad como localización, teléfono de contacto, etc. (es.wikipedia.org/wiki/Tríptico\_(publicidad))

#### **4.3.9. Internet**

Es una publicidad de bajo costo, que además llega de forma personalizada al receptor. Permite acceder a cualquier parte del mundo. Es una oportunidad para las pequeñas empresas, puesto que la inversión no es muy alta. A pesar de todas estas ventajas el consumidor suele ignorar la publicidad en internet debido, entre otras causas a la saturación.

[www.slideshare.net/guestf45b0e5/los-medios-publicitarios](http://www.slideshare.net/guestf45b0e5/los-medios-publicitarios)

### **2.3. Hipótesis**

El levantamiento del potencial turístico de la parroquia Cebadas incide para el desarrollo de destinos a través de propuestas de actividades a realizarse en las mismas para esto se diseñó una ruta turística plasmada en un tríptico que permita al visitante conocer más de cerca sobre cada uno de los atractivos.

## **TERCERA PARTE - METODOLOGÍA**

### **3.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Para el diagnóstico del potencial turístico de la parroquia Cebadas se utilizó el tipo de investigación histórica ya que se buscó información relacionada a la creación de la parroquia es decir los inicios del mismo. Descriptiva y exploratoria pues mediante estos tipos de investigación se obtuvo una mejor perspectiva acerca de la parroquia Cebadas y de cada uno de los atractivos que ahí encontramos, en cuanto al diseño de la investigación fue cuantitativo así las conclusiones fueron el resultado del análisis cuantitativo de las respuestas proporcionadas en las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia y una entrevistas estructurada al presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural de la Parroquia Cebadas.

### **3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA**

Con una población de 8.218 habitantes en la parroquia Cebadas se tomó una muestra para conocer la percepción que tenían los parroquianos sobre el potencial turístico de la zona. Para esto se aplicó la siguiente fórmula:

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

$$P= 0.50$$

$$q= 0.50$$

$$E= 0.05$$

$$K= 2$$

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

$$n = \frac{8218 \times 0,25}{8217 \frac{0,05^2}{2} + 0,25}$$

$$n = \frac{2,0545}{8217 \ 0,025^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{2,0545}{8217 \ 0,000625 + 0,25}$$

$$n = \frac{20545}{5,135625 + 0,25}$$

$$n = \frac{2,0545}{5,385625}$$

$$n = 381$$



Lo que nos dio un total de 381 encuestas que se realizó a los habitantes de la parroquia Cebadas.

### **3.3. INSTRUMENTOS RECOLECCIÓN DE DATOS**

Para la recolección de datos se aplicó una encuesta con 10 preguntas, entre ellas preguntas cerradas y de opción múltiple dirigida a la muestra tomada de la población de 8218 habitantes, esto nos ayudó a saber cuánto conocen sus habitantes acerca de los atractivos que poseen y cuáles son los medios más óptimos para la promoción de la parroquia. (ver apéndice A págs. 149,150)

También se realizó una entrevista estructurada con 6 preguntas abiertas dirigida al presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural de la Parroquia Cebadas Ing. Luis Alfonso Ortiz para conocer cuál es el interés que tiene por promocionar los atractivos de la parroquia y si sería viable trabajar en conjunto con la población para el desarrollo del turismo en la parroquia. (ver apéndice B pág. 151)

### **3.4. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO**

El trabajo de campo se empezó a realizar desde la segunda semana de enero de 2013 y se tomó también los meses de febrero y marzo puesto que el viaje hacia la parroquia Cebadas llevaba tiempo y no se lograba conseguir toda la información requerida en un solo día así pues se tuvo que realizar varios viajes hacia el lugar.

Posteriormente los días jueves 7, viernes 8, sábado 9 y domingo 10 de marzo se procedió a realizar la encuesta dirigida a la población de la parroquia Cebadas tiempo apropiado para culminar con las encuestas y la entrevista estructurada al Ing. Luis Alfonso Ortiz Presidente G.A.D. Cebadas se la realizó el día 4 de abril a las 1h00 p.m.

### **3.5. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS**

Los resultados tabulados, procesados y analizados se los realizó mediante una estadística descriptiva, porcentajes y media aritmética los cuales fueron procesados en EXCEL a los mismos que se los interpretó y analizó mediante pasteles y finalmente se obtuvo las conclusiones que fueron el resultado del análisis cuantitativo y cualitativo de las respuestas

proporcionadas por la ciudadanía y Presidente G.A.D.  
Cebadas Ing. Alfonso Ortiz.

## CUARTA PARTE - PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

### 4.1. Presentación gráfica de resultados

La representación de los gráficos son el resultado de las encuestas realizadas a la muestra de la población de Cebadas las mismas que posteriormente fueron tabuladas para finalmente proceder a interpretarlas de la siguiente manera.

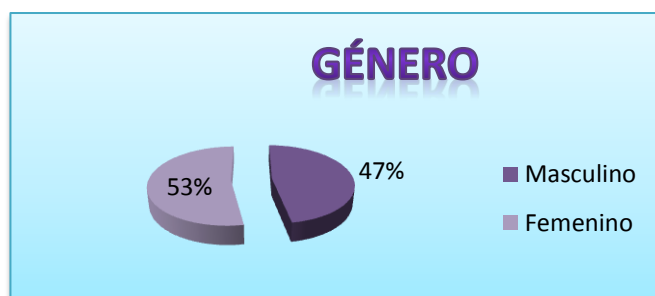
#### Pregunta 1

Género

Tabla N°3. Frecuencia de Género

Genero	FRECUENCIA	%
Masculino	180	47,24
Femenino	201	52,76
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

Gráfico N° 1. Porcentaje de Género



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población de la Parroquia Cebadas  
**Autora:** Gabriela Guerrero Toapanta.

El 53% de los encuestados representa a la población femenina de la parroquia Cebadas las mismas que aportaron elocuentemente, mientras que el 47% restante representa a la población masculina.

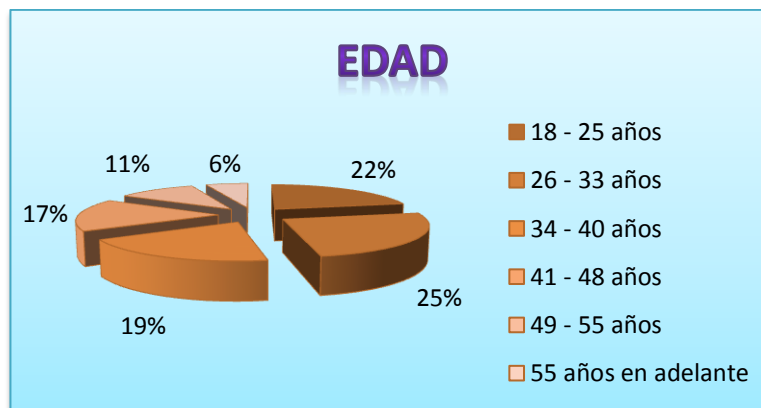
## Pregunta 2

Edad

Tabla N°4. Frecuencia de edad

EDAD	FRECUENCIA	%
18 - 25 años	83	21,78
26 - 33 años	96	25,20
34 - 40 años	75	19,69
41 - 48 años	64	16,80
49 - 55 años	41	10,76
55 años en adelante	22	5,77
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

Gráfico N° 2. Porcentaje de edad



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población de la Parroquia Cebadas  
**Autora:** Gabriela Guerrero Toapanta.

El mayor porcentaje corresponde al 25% que representa a la edad comprendida entre los 26 a 33 años de edad al mismo le secunda la edad comprendida entre los 18 a 25 años que representa al 22% y consiguientemente tenemos la edad comprendida entre los 34 a 40 años de edad que representa el 19%, estos valores demuestran que la edad

de 18 a 40 años son los que más ayudaron significativamente en cuanto a información sobre la parroquia Cebadas y sus atractivos turísticos además de los medios propicios para su difusión.

### Pregunta 3

¿Conoce usted que atractivos turísticos posee la Parroquia Cebadas?

Tabla N° 5. Frecuencia de los atractivos turísticos de la parroquia Cebadas

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	272	71,39
NO	109	28,61
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

Gráfico N° 3. Porcentaje de personas que conocen los atractivos de la parroquia



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población de la Parroquia Cebadas  
**Autora:** Gabriela Guerrero Toapanta.

La mayor parte de las personas encuestadas respondió en un 71% que tiene conocimiento acerca de los atractivos turísticos que posee la parroquia Cebadas, lo que nos estimula a que se realicen planes en los que se pueda trabajar conjuntamente con la población, una vez que se tiene conocimiento de que ellos pueden ser los mejores medios para promocionar a la parroquia Cebadas pues



tienen noción de los atractivos turísticos que poseen entre ellos las lagunas, los páramos, el majestuoso paisaje, la pesca deportiva entre otros.

Mientras que con el 29% restante que no tiene conocimiento de los atractivos turísticos que poseen también se puede trabajar mediante talleres que incentiven a la población a reconocer y a valorar el recurso turístico y que a la vez se trate de buscar mediante el turismo nuevas alternativas de generar empleo.

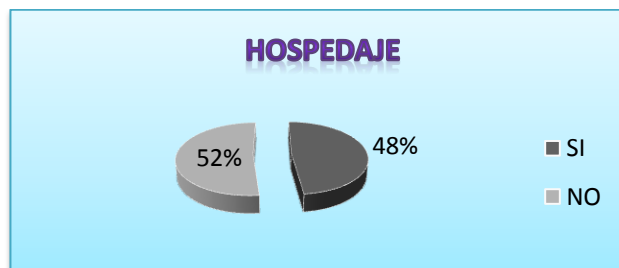
#### Pregunta 4

¿Existen lugares de hospedaje en la parroquia Cebadas?

Tabla N° 6. Frecuencia de existencia de lugares de hospedaje

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	184	48,29
NO	197	51,71
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

Gráfico N° 4. Porcentaje de existencia de lugares de hospedaje



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población de la Parroquia Cebadas  
**Autora:** Gabriela Guerrero Toapanta.

Con respecto a ésta pregunta un 52% dijo que no había lugares de hospedaje en la parroquia Cebadas, ya que las que existían no eran lo suficientemente óptimas para satisfacer las necesidades de los turistas además que prestaban sus servicios irregularmente es decir no habrían constantemente.

Mientras que un 48% dijo que si existía pues mencionaron que siempre había un lugar para dar posada a los forasteros.

## Pregunta 5

¿Existen lugares donde los turistas puedan alimentarse?

**Tabla N°7. Frecuencia de lugares de alimentación**

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	377	98,95
NO	4	1,05
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Gráfico N° 5. Porcentaje de existencia de lugares de alimentación**



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población de la Parroquia Cebadas  
**Autora:** Gabriela Guerrero Toapanta.

Un 99% dijo que si había lugares donde los turistas puedan alimentarse pero que todavía carece de servicios óptimos en cuanto a calidad.

El 1% representa a las personas que mencionaron que todavía no existen restaurantes que llenen las expectativas de los visitantes.

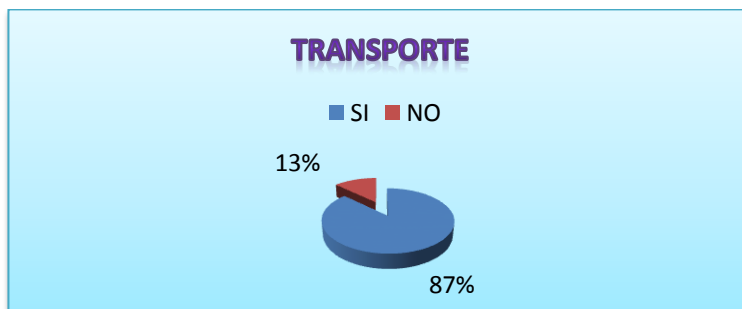
## Pregunta 6

¿Hay servicios de transporte que se dirijan a los atractivos turísticos?

**Tabla N°8. Frecuencia de transporte que se dirija a los atractivos.**

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	332	87,14
NO	49	12,86
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Gráfico N° 6. Porcentaje de servicios de transporte.**



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población de la Parroquia Cebadas  
**Autora:** Gabriela Guerrero Toapanta.

El mayor porcentaje representa a las personas que dijeron que sí hay servicios de transporte que se dirijan a los atractivos el cual está representado en el 87%, mientras que el NO se encuentra representado por un 13% los mismos que expusieron que hacia todos los atractivos no hay servicio de transporte, pues solo los lugares que se encuentran en la carretera cuentan con ese servicio.

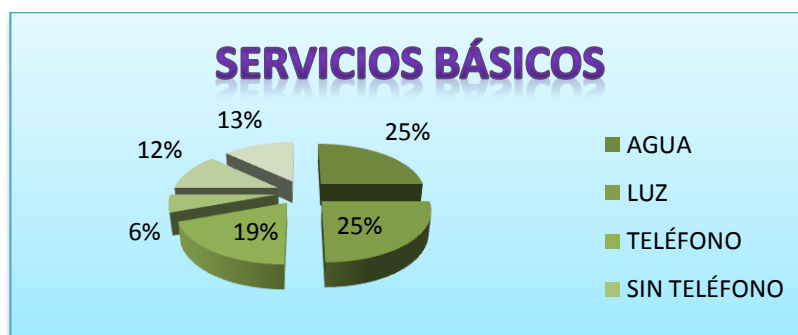
## Pregunta 7

¿La parroquia Cebadas cuenta con los servicios básicos?

Tabla N° 9. Frecuencia de servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	FRECUENCIA	%
AGUA	381	100
LUZ	381	100
TELÉFONO	295	77,43
SIN TELÉFONO	86	22,57
INTERNET	183	48,03
SIN INTERNET	198	51,97

Gráfico N° 7 Porcentaje de servicios básicos



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población de la Parroquia Cebadas

**Autora:** Gabriela Guerrero Toapanta.

Los encuestados mencionaron que un 25% cuentan con el servicio de agua el otro 25% cuenta con el servicio de luz eléctrica, el 19% representa a las personas que tienen acceso al servicio de telefonía y un 12% de los encuestados expuso que tiene servicio de internet. A partir de estos resultados confortadores se podría implementar una planta turística porque cuenta con los servicios básicos necesarios para satisfacer las

necesidades de los turistas y así impulsar el desarrollo turístico en la zona.

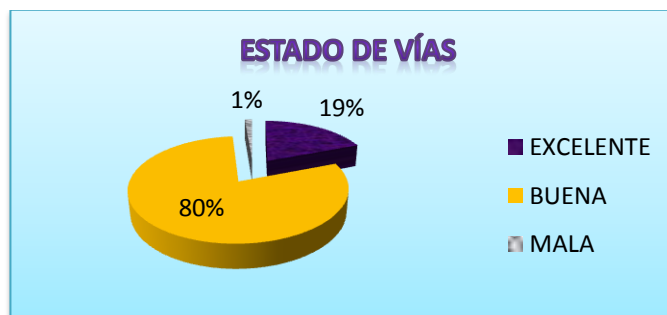
### Pregunta 8

¿En qué estado se encuentran las vías de la parroquia Cebadas?

Tabla N° 10. Frecuencia del estado de las vías de la Parroquia.

ESTADO DE VÍAS	FRECUENCIA	%
EXCELENTE	73	19,16
BUENA	303	79,53
MALA	5	1,31
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

Gráfico N° 8. Porcentaje de estado de vías



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población de la Parroquia Cebadas

**Autora:** Gabriela Guerrero Toapanta.

El 80% dijo que las vías de la parroquia Cebadas se encuentra en buen estado, los mismos que se referían a la carretera principal, de igual forma un 19% dijo que era excelente haciendo alusión a la misma carretera y finalmente el 1% dijo que las vías eran malas pues ellos se concentraron en las vías que se dirigen hacia las comunidades las mismas que se encuentran en malas condiciones ya que las autoridades se han encargado por

mejorar la vía principal más no las que llevan hacia las comunidades allí existentes.



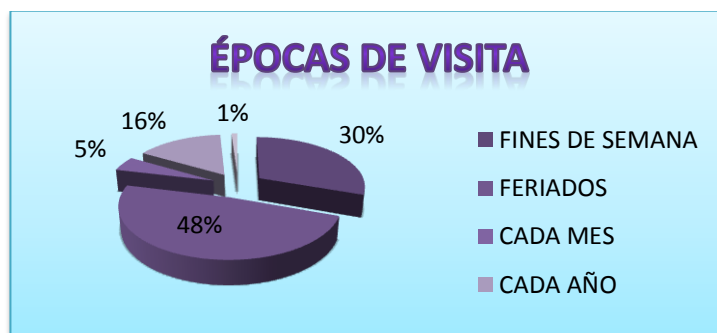
### Pregunta 9

¿En qué época del año hay concurrencia de turistas?

Tabla N° 11. Frecuencia de la concurrencia de turistas.

EPOCA	FRECUENCIA	%
FINES DE SEMANA	116	30,97
FERIADOS	184	48,29
CADA MES	18	4,72
CADA AÑO	59	14,96
OTROS	4	1,05
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

Gráfico N° 9. Porcentaje de época de concurrencia de turistas.



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población de la Parroquia Cebadas

**Autora:** Gabriela Guerrero Toapanta.

Feriados es la época del año en la que los encuestados coinciden que hay más concurrencia de turistas y esto es representado por el 48%, es en ésta época en la que se debe aprovechar de una u otra forma la afluencia de visitantes para promocionar a la parroquia, pues serán ellos los mejores voceros de la inolvidable aventura vivida allí.

Un 30% dijo que la afluencia de turistas son los fines de semana y esto se debe a que coincide con la feria que se realiza todos los domingos durante todo el año a donde llegan propios y extraños.

Por último y en menor porcentaje dijeron que la afluencia de turistas es cada año el cual está representado en un 16% y esto se debe a la fiesta del carnaval.

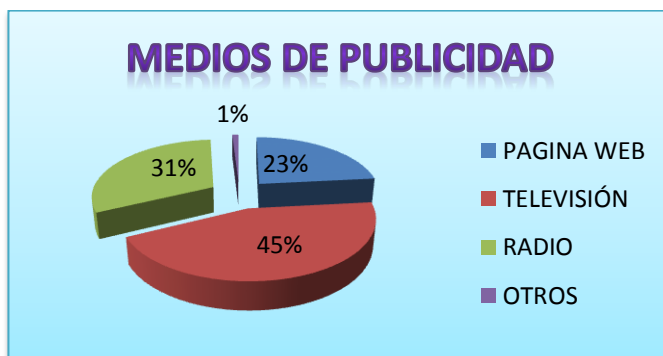
### Pregunta 10

¿A través de qué medios se podría dar a conocer los atractivos turísticos de la parroquia Cebadas?

Tabla N° 12. Frecuencia de los medios para promocionar a la parroquia.

MEDIOS	FRECUENCIA	%
PAGINA WEB	122	32,02
TELEVISIÓN	232	60,89
RADIO	163	42,78
OTROS	5	1,31

Gráfico N° 10. Porcentaje de los medios para promocionar a la parroquia.



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población de la Parroquia Cebadas  
**Autora:** Gabriela Guerrero Toapanta.

Un 45% piensa que la mejor forma para dar a conocer a la parroquia Cebadas es mediante la televisión ya que es un medio que se encuentra en todos los lugares y de fácil acceso además que plasma las imágenes que llevan a desear visitar el lugar y la radio que está representado por un 31% el mismo que nos invita a

imaginar el sitio y a querer conocerlo y también de fácil acceso.

Y en un 23% tenemos la página web medio con el cual muchas personas no se identifican ya que no todos tienen acceso a este servicio y tampoco todos tienen los conocimientos para utilizarlo.

## **ENTREVISTA ESTRUCTURADA**

De acuerdo con la entrevista estructurada y realizada al Presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural de la Parroquia Cebadas manifestó lo siguiente con relación a cada una de las preguntas formuladas.

### **Pregunta 1**

¿Actualmente cuál es la actividad principal que se desarrolla en la parroquia Cebadas?

La actividad principal que se desarrolla en la Parroquia Cebadas es la producción agropecuaria

### **Pregunta 2**

¿Como gobierno qué se ha hecho para promocionar los atractivos turísticos de la parroquia Cebadas?

Como gobierno desde el 2000 no se ha podido realizar mucho a más de talleres, reuniones.

### **Pregunta 3**

¿Existe un plan de manejo y conservación de los recursos naturales y culturales de la parroquia Cebadas?

Actualmente se tiene un plan de manejo de los recursos naturales más no de los recursos culturales

**Pregunta 4**

¿Cree usted que la población de Cebadas, está consciente del potencial turístico que posee la parroquia?

Si, los habitantes de la parroquia se encuentran conscientes del potencial turístico que poseen pero aún así falta capacitar a la población.

**Pregunta 5**

¿Piensa usted que se podría realizar actividades conjuntamente con la población y el gobierno local para el desarrollo del turismo en la parroquia?

Efectivamente se podría realizar actividades conjuntamente con la población con el objetivo de ayudar con el desarrollo del turismo que beneficie a la parroquia Cebadas.

**Pregunta 6**

¿Qué apoyo daría usted como autoridad para que el resultado de la presente investigación sea la base para la implementación de actividades turísticas recomendadas?

Como presidente de la Junta Parroquial de Cebadas estaría dispuesto a apoyar pues nos interesa ideas nuevas que como juventud representa.

## **4.2. Análisis e interpretación de resultados**

### **Encuesta**

De acuerdo a la encuesta realizada a los habitantes de la parroquia Cebadas se puede mencionar que la mayoría de la población está consciente del potencial turístico que poseen, pero también están conscientes que hace falta una promoción adecuada para que el turista llegue a la parroquia.

En cuanto al sistema turístico existe la necesidad de que gente emprendedora se motive por invertir en el lugar y de una u otra forma esto beneficiará a la parroquia.

### **Entrevista**


El presidente de la junta parroquial de Cebadas manifestó que la actividad principal de la parroquia es la producción agropecuaria, sin embargo existe el interés por dar a conocer los atractivos que existen en la parroquia.

Además mencionó la importancia de realizar talleres y reuniones que incluyan a la población para que exista un desarrollo turístico que beneficie a la población, para ello la junta parroquial de Cebadas se




encuentra abierto al diálogo ante cualquier idea que ayude al desarrollo de la parroquia.


## Fichas de levantamiento de información de atractivos

FICHA DE ATRACTIVOS		
1. NOMBRE Laguna Magdalena	2. FICHA N°1	3. FICHAS ASOCIADAS 2,3
4. CATEGORÍA Sitio Natural	5. TIPO Y SUBTIPO TIPO: Ambiente Lacustre SUBTIPO: Laguna	
6. UBICACIÓN: Provincia de Chimborazo, cantón Guamote, parroquia Cebadas. Altitud: 3471 m.s.n.m Latitud: 02°54 40 S Longitud: 78°21 55 O		
7. ACCESO		
8. Desde: Cebadas Centro a 30 km		
9. Vía, tipo y estado: Asfaltado, terrestre, bueno		
10 Medio de acceso: bus , automóvil		
11 Tiempo: Desde Cebadas Centro 45 minutos		
		12. DESCRIPCIÓN Es la laguna de mayor extensión del complejo lacustre Atillo, sus aguas provienen de los deshielos de los picachos del Atillo y del Cerro Tres Cabezas, son de color azul y alimentan al río Cebadas. En el centro de esta laguna se puede observar un islote sobre la cual se encierran muchas leyendas como la "Celda del Castigo".  Este bello escenario alberga una diversidad de especies en flora y fauna ya que es parte de la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Sangay entre ellas tenemos pumamaqui ( <u>Oreopanaxecuadorensis</u> ), almohadilla ( <u>Azorellapedunculata</u> ), arquitecto ( <u>Calcitiumreflaxion</u> ) Paja ( <u>Stipaichu</u> ), quishuar ( <u>Buddlejaincana</u> ) y en cuanto a fauna lobo ( <u>Psudalopexculpaeus</u> ), pato silvestre ( <u>Anasflavirostri</u> ) chucuri ( <u>Mustela frenata</u> ).


<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES</b>	
Contemplación del paisaje	
<b>18. TIPO DE PUBLICO</b>	
Semana	
Fin de semana-----X	
Feriados Largos-----X	
Vacaciones-----X	
<b>22. SERVICIOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>o Estacionamiento-----X</li> <li>o Señalización para llegar-----X</li> </ul>	
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>	
Basura en la periferia del atractivo, pérdida de cobertura vegetal.	
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b>	
<b>25. OBSERVACIONES:</b> Para que el atractivo se pueda desarrollar es necesario de inversión, así como también de senderos autoguiados e informativos.	
<b>26. Realizada Por:</b> Gabriela Guerrero	<b>Fecha:</b> 14 y 15 de Febrero

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>		
<b>1. NOMBRE</b> Laguna Kuyuk	<b>2. FICHA N°</b> 2	<b>3. FICHAS ASOCIADA</b> 1, 3
<b>4. CATEGORÍA</b> Sitio Natural	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> <b>TIPO:</b> Ambiente Lacustre <b>SUBTIPO:</b> Laguna	
<b>6. UBICACIÓN:</b> Provincia de Chimborazo, Cantón Guamote, Parroquia Cebadas.  <b>Latitud:</b> 02° 54 08 S <b>Longitud:</b> 78° 21 56 O <b>Altitud:</b> 3470 m.s.n.m <b>Temperatura:</b> 6° -12°C		
<b>7. ACCESO</b>  <b>8. Desde</b> Cebadas Centro a 32 Km <b>9. Vía, tipo y estado:</b> Asfaltado, terrestre, bueno <b>10 Medio de acceso:</b> bus, automóvil <b>11 Tiempo:</b> 50 minutos		
		<b>12. DESCRIPCIÓN</b>  El agua de esta laguna proviene de los páramos que la rodean. Se puede observar patos silvestre, curiquingue, quilico, gli-gli y flora como la almohadilla, valeriana, pumamaqui, quishuar, paja
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES</b> Contemplación del paisaje.		
<b>14. HORARIOS</b>	<b>15. PRECIOS</b>	<b>16. PROPIETARIO</b>  <b>17. PERSONA CONTACTO</b>

<b>18. TIPO DE PUBLICO</b>		
Semana		
Fin de semana.....X		
Feriados Largos.....X		
Vacaciones.....X		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>
<b>22. SERVICIOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estacionamiento</li> <li>○ Comida</li> <li>○ Alojamiento</li> <li>○ Visitas guiadas</li> <li>○ Talleres</li> <li>○ Rutas autoguiadas</li> <li>○ Señalización para llegar.....X</li> <li>○ Señalización interna</li> <li>○ Limpieza y recogida de basura</li> <li>○ Servicios higiénicos</li> <li>○ Seguridad y Manteniendo</li> <li>○ Alquiler de material para realizar actividades</li> <li>○ venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li>○ Folletos</li> <li>○ Teléfono publico</li> <li>○ Pago con tarjetas de crédito</li> <li>○ otros</li> </ul>		
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>		
Basura en la periferia del atractivo		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b>		
<b>25. OBSERVACIONES:</b> Se necesita de inversión para que el atractivo pueda desarrollarse y de esta manera se puedan realizar diferentes actividades turísticas.		
<b>26. Realizada Por:</b> Gabriela Guerrero	<b>Fecha:</b> 14 y 15 de Febrero	


<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>		
<b>1. NOMBRE:</b> Laguna Negra	<b>2. FICHA N°</b> 3	<b>3. FICHAS ASOCIADAS:</b> 1,2
<b>4. CATEGORÍA:</b> Sitio Natural	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b>  <b>TIPO:</b> Ambiente Lacustre  <b>SUBTIPO:</b> Laguna	
<b>6. UBICACIÓN:</b> Provincia de Chimborazo, Cantón Guamote, Parroquia Cebadas.  <b>Latitud:</b> 02°11 11 S  <b>Longitud:</b> 78°32 56 O  <b>Altitud:</b> 3557 m.s.n.m  <b>Temperatura:</b> 6°-12°C		
<b>7. ACCESO</b>		
<b>8. Desde</b> Cebadas Centro a 35Km		
<b>9. Vía, tipo y estado:</b> Asfaltado, terrestre, bueno		
<b>10 Medio de acceso:</b> bus, automóvil		
<b>11 Tiempo:</b> Desde Cebadas Centro a 1 hora		
		<b>12. DESCRIPCIÓN</b>  Las aguas son de apariencia oscura y de ahí su nombre, tiene un color azul oscuro, tiene un entorno misterioso ya que es muy celosa con personas extrañas, manifestándolo al cubrirse con neblina rápidamente. También sobre esta laguna se encierran leyendas.
Se puede encontrar árboles y arbustos; almohadillas y patos salvajes. En esta laguna también ocurre el fenómeno conocido como el suicidio de los Cuvivíes, aves que migran desde los Estados		

Unidos y que por alguna razón aún desconocida al pasar por estas lagunas se precipitan a ella para morir ahí.		
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES:</b> Contemplación del paisaje.		
<b>14. HORARIOS</b>	<b>15. PRECIOS</b>	<b>16. PROPIETARIO</b> <b>17. PERSONA CONTACTO</b>
<b>18. TIPO DE PUBLICO</b>  Semana  Fin de semana.....X  Feriados Largos.....X  Vacaciones.....X		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>
<b>22. SERVICIOS</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Estacionamiento.....X</li> <li><input type="radio"/> Comida</li> <li><input type="radio"/> Alojamiento</li> <li><input type="radio"/> Visitas guiadas</li> <li><input type="radio"/> Talleres</li> <li><input type="radio"/> Rutas autoguiadas</li> <li><input type="radio"/> Señalización para llegar</li> <li><input type="radio"/> Señalización interna</li> <li><input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura</li> <li><input type="radio"/> Servicios higiénicos</li> <li><input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo</li> <li><input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades</li> <li><input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li><input type="radio"/> Folletos</li> <li><input type="radio"/> Teléfono publico</li> <li><input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito</li> <li><input type="radio"/> otros</li> </ul>		
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>  Basura existente en la periferia del atractivo.		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b>		
<b>25. OBSERVACIONES:</b> se requiere de inversión para que el atractivo turístico se desarrolle.		
<b>26. Realizada Por:</b> Gabriela Guerrero		<b>Fecha:</b> 14 y 15 de Febrero


<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>		
<b>1. NOMBRE</b> Cerro Padre Urco	<b>2. FICHA N°</b> 4	<b>3. FICHAS ASOCIADAS:</b> 7, 10
<b>4. CATEGORÍA</b> Sitio Natural	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> <b>TIPO:</b> Fenómeno Geológico <b>SUBTIPO:</b> Escarpa de Falla	
<p><b>6. UBICACIÓN:</b> Provincia de Chimborazo, Cantón Guamote, Parroquia Cebadas. Se localiza al margen izquierdo de la carretera Guamote-Macas muy cerca a las cabañas Los Saskines.</p> <p><b>Latitud:</b> 02°09 30 S</p> <p><b>Longitud:</b> 78°32 39 O</p> <p><b>Altitud:</b> 4021 m.s.n.m</p>		
<b>7. ACCESO</b>		
<b>8. Desde:</b> Cebadas Centro a 27 Km		
<b>9. Vía, tipo y estado:</b> asfaltado, terrestre, bueno		
<b>10 Medio de acceso:</b> Bus, automóvil		
<b>11 Tiempo:</b> Desde Cebadas Centro a 30 minutos		
		<p><b>12. DESCRIPCIÓN</b></p> <p>De acuerdo con la palabra Kichwa, significa Padre del Páramo. Se caracteriza principalmente por estar constituido de una base de roca que aflora en forma de picacho, con una altura promedio de 650m. desde su base. En la</p> <p>cumbre de este sitio se puede apreciar la belleza escénica del río Atillo y las montañas que la rodean, al pie de este se encuentra un pequeño valle. Se puede observar especies de flora como pajonal, chuquiragua, achupallas y aves como golondrinas, perdices, gaviota andina.</p>
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES</b>		




Contemplación del paisaje		
14. HORARIOS	15. PRECIOS	16. PROPIETARIO
		17. PERSONA CONTACTO
18. TIPO DE PUBLICO		
Semana		
Fin de semana.....X		
Feriados Largos.....X		
Vacaciones.....X		
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20 ACTIVIDAD	21 CÓDIGO
22. SERVICIOS		
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Estacionamiento.....X</li> <li><input type="radio"/> Comida</li> <li><input type="radio"/> Alojamiento</li> <li><input type="radio"/> Visitas guiadas</li> <li><input type="radio"/> Talleres</li> <li><input type="radio"/> Rutas autoguiadas</li> <li><input type="radio"/> Señalización para llegar</li> <li><input type="radio"/> Señalización interna</li> <li><input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura</li> <li><input type="radio"/> Servicios higiénicos</li> <li><input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo</li> <li><input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades</li> <li><input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li><input type="radio"/> Folletos</li> <li><input type="radio"/> Teléfono público</li> <li><input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito</li> <li><input type="radio"/> otros</li> </ul>		
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA		
Quema de vegetación y pastoreo.		
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS		
25. OBSERVACIONES: Se podría realizar cabalgatas, trekking entre otras actividades si hubiese la inversión necesaria para que el lugar se desarrolle.		
26. Realizada Por: Gabriela Guerrero		Fecha: 14 y 15 de Febrero

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>		
<b>1. NOMBRE</b> León Agazapado	<b>2. FICHA N°</b> 5	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>
<b>4. CATEGORÍA</b> Sitio Natural	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> <b>TIPO:</b> Fenómeno Geológico <b>SUBTIPO:</b> Escarpa Falla	
<b>6. UBICACIÓN:</b> Provincia de Chimborazo, Cantón Guamote, Parroquia Cebadas.  <b>Latitud:</b> 02°08 01 S  <b>Longitud:</b> 78°33 44 O  <b>Altitud:</b> 4133 m.s.n.m		
<b>7. ACCESO</b>  <b>8. Desde:</b> Cebadas Centro a 15 Km  <b>9. Vía, tipo y estado:</b> Asfaltado, terrestre, bueno.  <b>10 Medio de acceso:</b> Bus, automóvil  <b>11 Tiempo:</b> Desde Cebadas Centro a 20 minutos.		
		<b>12. DESCRIPCIÓN</b> Este atractivo tiene la forma de un león agazapado que se lo observa a grandes distancias la gran roca que proyecta la cabeza se encuentra dividida del cuerpo por una gran fisura. Entre las especies de flora se observa el pajonal, la chuquiragua, sigse y aves como golondrinas, perdices, gaviota andina.
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES:</b> Contemplación del paisaje.		
<b>14. HORARIOS</b>	<b>15. PRECIOS</b>	<b>16. PROPIETARIO</b>  <b>17. PERSONA CONTACTO</b>
<b>18. TIPO DE PUBLICO</b>  Semana.....X		


Fin de semana.....X		
Feriados Largos.....X		
Vacaciones.....X		
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20 ACTIVIDAD	21 CÓDIGO
<b>22. SERVICIOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estacionamiento</li> <li>○ Comida</li> <li>○ Alojamiento</li> <li>○ Visitas guiadas</li> <li>○ Talleres</li> <li>○ Rutas autoguiadas</li> <li>○ Señalización para llegar</li> <li>○ Señalización interna</li> <li>○ Limpieza y recogida de basura</li> <li>○ Servicios higiénicos</li> <li>○ Seguridad y Manteniendo</li> <li>○ Alquiler de material para realizar actividades</li> <li>○ venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li>○ Folletos</li> <li>○ Teléfono publico</li> <li>○ Pago con tarjetas de crédito</li> <li>○ otros</li> </ul>		
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b>		
<b>25. OBSERVACIONES:</b> se requiere de un sendero para llegar al lugar, señalética y sobre todo de un servicio de guianza. Además de inversión para su desarrollo.		
<b>26. Realizada Por:</b> Gabriela Guerrero		<b>Fecha:</b> 14 y 15 de Febrero

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>		
<b>1. NOMBRE:</b> Río Cebadas	<b>2. FICHA N°6</b>	<b>3. FICHAS ASOCIADAS:</b> 8, 9, 11
<b>4. CATEGORÍA:</b> Sitio Natural	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b>  <b>TIPO:</b> Ríos  <b>SUBTIPO:</b> Rápidos y caudales	
<b>6. UBICACIÓN:</b> Provincia de Chimborazo, Cantón Guamote, Parroquia Cebadas.  <b>Latitud:</b> 01°58 51 S  <b>Longitud:</b> 78°38 04 O  <b>Altitud:</b> 2882 m.s.n.m		
<b>7. ACCESO</b>  <b>8. Desde:</b> Cebadas Centro 200 metros.  <b>9. Vía, tipo y estado:</b> asfaltado, terrestre, bueno  <b>10 Medio de acceso:</b> Bus automóvil.  <b>11 Tiempo:</b> Desde Cebadas Centro 10 minutos		
		<b>12. DESCRIPCIÓN</b>  El río Cebadas tiene como afluentes a los ríos: Atillo, Yasipán y Tingo, los mayores caudales se producen en los meses de marzo a agosto. El color de agua es gris claro ya que atraviesa por una infinidad de rocas de diversos tamaños de color oscuro que refleja el tono del río. A los bordes del río se puede observar vegetación como sigse, chilca, mortiño, tipillo, arquitecto, mora silvestre.
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES</b>  Contemplación del paisaje, regadío agrícola		

14. HORARIOS	15. PRECIOS	16. PROPIETARIO 17. PERSONA CONTACTO
18. TIPO DE PUBLICO		
Semana		
Fin de semana.....X		
Feriados Largos.....X		
Vacaciones.....X		
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20 ACTIVIDAD	21 CÓDIGO
22. SERVICIOS		
<input type="radio"/> Estacionamiento.....X <input type="radio"/> Comida <input type="radio"/> Alojamiento <input type="radio"/> Visitas guiadas <input type="radio"/> Talleres <input type="radio"/> Rutas autoguiadas <input type="radio"/> Señalización para llegar <input type="radio"/> Señalización interna <input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura <input type="radio"/> Servicios higiénicos <input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo <input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades <input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso <input type="radio"/> Folletos <input type="radio"/> Teléfono publico <input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito <input type="radio"/> otros		
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA		
Desechos arrojados al río provocan su deterioro.		
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS		
25. OBSERVACIONES: implementación de equipos adecuados para la recolección de basura.		
26. Realizada Por: Gabriela Guerrero		Fecha: 14 y 15 de Febrero

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>		
<b>1. NOMBRE :</b> Río Atillo	<b>2. FICHA N°</b> 7	<b>3. FICHAS ASOCIADAS:</b> 10
<b>4. CATEGORÍA:</b> Sitio Natural	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b>  <b>TIPO:</b> Ríos  <b>SUBTIPO:</b> Rápidos y caudales	
<b>6. UBICACIÓN:</b> Provincia de Chimborazo, Cantón Guamote, Parroquia Cebadas.  <b>Altitud:</b> 3300 m.s.n.m		
<b>7. ACCESO</b>  <b>8. Desde:</b> La entrada alaPiscicolaAtillo 500 metros  <b>9. Vía, tipo y estado:</b> Asfaltado, terrestre, bueno.  <b>10. Medio de acceso:</b> Bus , Automóvil  <b>11. Tiempo:</b> Desde la entrada a la Piscicola 5 minutos.		
		<b>12. DESCRIPCIÓN</b> Tiene su origen en las lagunas de Colay, alimentado por aguas cristalinas y puras las cuales fluyen de los páramos y numerosas lagunas que se encuentran interconectadas por riachuelos, recorre el valle dando numerosas curvas para luego unirse con el Yasipán y Osogoche y dar origen al Cebadas formando el sistema hídrico del Chambo, el mismo que es muy útil para el riego y agua potable. El paisaje que se puede observar y la cantidad de riachuelos que se desprenden de este río.
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES</b>  Riego agrícola, contemplación del paisaje.		
<b>14. HORARIOS</b>	<b>15. PRECIOS</b>	<b>16. PROPIETARIO</b>  <b>17. PERSONA CONTACTO</b>

<b>18. TIPO DE PUBLICO</b>  Semana Fin de semana.....X Feriados Largos.....X Vacaciones.....X		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>
<b>22. SERVICIOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Estacionamiento.....X</li> <li><input type="radio"/> Comida</li> <li><input type="radio"/> Alojamiento</li> <li><input type="radio"/> Visitas guiadas</li> <li><input type="radio"/> Talleres</li> <li><input type="radio"/> Rutas autoguiadas</li> <li><input type="radio"/> Señalización para llegar</li> <li><input type="radio"/> Señalización interna</li> <li><input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura</li> <li><input type="radio"/> Servicios higiénicos</li> <li><input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo</li> <li><input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades</li> <li><input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li><input type="radio"/> Folletos</li> <li><input type="radio"/> Teléfono publico</li> <li><input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito</li> <li><input type="radio"/> otros</li> </ul>		
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>  Desechos arrojados al río.		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b>		
<b>25. OBSERVACIONES:</b> Se necesita lugares que oferten la pesca deportiva en este río y el equipo adecuado para la recolección de basura.		
<b>26. Realizada Por:</b> Gabriela Guerrero		<b>Fecha:</b> 14 y 15 de Febrero


<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>		
<b>1. NOMBRE:</b> Páramo Pancún Ichubamba	<b>2. FICHA N°</b> 8	<b>3. FICHAS ASOCIADAS:</b> 6
<b>4. CATEGORÍA:</b> Sitio Natural	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b>  <b>TIPO:</b> Bosque  <b>SUBTIPO:</b> Páramo	
<b>6. UBICACIÓN:</b> Provincia de Chimborazo, Cantón Guamote, Parroquia Cebadas.  <b>Latitud:</b> 768780  <b>Longitud:</b> 978392  <b>Altitud:</b> 3860-4120 m.s.n.m		
<b>7. ACCESO</b>  <b>8. Desde:</b> Cebadas Centro 10 Km aprox.  <b>9. Vía, tipo y estado:</b> Asfaltado, terrestre, bueno.  <b>10. Medio de acceso:</b>  <b>1.1 Tiempo</b>		
		<b>12. DESCRIPCIÓN</b>  Esta amplia extensión está formada en su mayoría de páramo de pajonal y pantanoso, además alberga una gran cantidad de especies de flora y fauna de este ecosistema. Alberga especies como lobos, venados, ratón de páramo, perdiz, gavilán y en cuanto a flora la valeriana, paja, quishuar, arvejilla,
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES</b>  Contemplación del paisaje.		
<b>14. HORARIOS</b>	<b>15. PRECIOS</b>	<b>16. PROPIETARIO</b>




		17. PERSONA CONTACTO
18. TIPO DE PUBLICO		
Semana		
Fin de semana.....X		
Feriados Largos.....X		
Vacaciones.....X		
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20 ACTIVIDAD	21 CÓDIGO
22. SERVICIOS		
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Estacionamiento.....X</li> <li><input type="radio"/> Comida</li> <li><input type="radio"/> Alojamiento</li> <li><input type="radio"/> Visitas guiadas</li> <li><input type="radio"/> Talleres</li> <li><input type="radio"/> Rutas autoguiadas</li> <li><input type="radio"/> Señalización para llegar</li> <li><input type="radio"/> Señalización interna</li> <li><input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura</li> <li><input type="radio"/> Servicios higiénicos</li> <li><input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo</li> <li><input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades</li> <li><input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li><input type="radio"/> Folletos</li> <li><input type="radio"/> Teléfono publico</li> <li><input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito</li> <li><input type="radio"/> otros</li> </ul>		
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA		
Debido a actividades como pastoreo de animales, introducción de especies exóticas, quema excesiva y no controlada del páramo se ha producido un deterioro en el atractivo.		
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS		
25. OBSERVACIONES: se requiere de inversión para el desarrollo del atractivo natural y senderos auto guiados así como servicio de guianza.		
26. Realizada Por: Gabriela Guerrero		Fecha: 14 y 15 de Febrero

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>		
<b>1. NOMBRE:</b> Industria de Lácteos "El Cebadeñito"	<b>2. FICHA N°9</b>	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>  6,11
<b>4. CATEGORÍA:</b> <b>Manifestación Cultural</b>	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b>  <b>TIPO:</b> Realización Técnica y Científica  <b>SUBTIPO:</b> Explotación Agropecuaria	
<b>6. UBICACIÓN:</b> Provincia de Chimborazo, Cantón Guamote, Parroquia Cebadas.  <b>Latitud:</b> 762268  <b>Longitud:</b> 9788872  <b>Altitud:</b> 2882 m.s.n.m  <b>Temperatura:</b> 8 a20°C.		
<b>7. ACCESO</b>  <b>8.Desde:</b> Cebadas Centro 0 Km  <b>9.Vía, tipo y estado:</b> asfaltado, terrestre, bus, automóvil  <b>10 Medio de acceso:</b> Bus, automóvil  <b>11 Tiempo</b>		
		<b>12. DESCRIPCIÓN</b> Los productos que elaboran son procesados de los 1600 litros de leche que reciben diariamente de sus proveedores la materia prima es leche, fermentos de repique, fermentos directos, calcio, cuajo, sal y agua. La variedad de productos que elaboran es queso andino, mozzarella, fresco, gouda, dambo, tilzit, crema; manjar de leche y yogurth.
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES</b>  Elaboración de quesos. Los productos son enviados a puntos de		

venta en la ciudad de Riobamba, Guayaquil, Quito.		
<b>14. HORARIOS</b>	<b>15. PRECIOS</b>	<b>16. PROPIETARIO</b>
		<b>17. PERSONA CONTACTO</b>
<b>18. TIPO DE PUBLICO</b>		
Semana		
Fin de semana.....X		
Feriados Largos.....X		
Vacaciones.....X		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>
<b>22. SERVICIOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Estacionamiento.....X</li> <li><input type="radio"/> Comida</li> <li><input type="radio"/> Alojamiento</li> <li><input type="radio"/> Visitas guiadas</li> <li><input type="radio"/> Talleres</li> <li><input type="radio"/> Rutas autoguiadas</li> <li><input type="radio"/> Señalización para llegar</li> <li><input type="radio"/> Señalización interna</li> <li><input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura.....X</li> <li><input type="radio"/> Servicios higiénicos.....X</li> <li><input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo.....X</li> <li><input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades</li> <li><input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li><input type="radio"/> Folletos</li> <li><input type="radio"/> Teléfono publico</li> <li><input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito</li> <li><input type="radio"/> otros</li> </ul>		
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>		
No se valoriza la materia prima con la que trabaja la industria de lácteos.		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b>		
<b>25. OBSERVACIONES:</b> se requiere de más difusión del lugar para posicionarse en el mercado.		
<b>26. Realizada Por:</b> Gabriela Guerrero		<b>Fecha:</b> 14 y 15 de Febrero

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>		
<b>1. NOMBRE:</b> Piscícola Atillo	<b>2. FICHA N°</b> 10	<b>3. FICHAS ASOCIADAS:</b> 7
<b>4. CATEGORÍA:</b> Manifestación Cultural	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> <b>TIPO:</b> Realización Técnica y Científica <b>SUBTIPO:</b> Explotación Piscícola.	
<b>6. UBICACIÓN:</b> Provincia de Chimborazo, Cantón Guamote, Parroquia Cebadas.  <b>Latitud:</b> 772543  <b>Longitud:</b> 9757831  <b>Altitud:</b> 3445 m.s.n.m		
<b>7. ACCESO</b>  <b>8. Desde:</b> el río Cebadas a 500 metros.  <b>9. Vía, tipo y estado:</b> empedrado, terrestre, regular  <b>10 Medio de acceso:</b> bus, camioneta, automóvil, 4x4  <b>11 Tiempo:</b> Del río Cebadas a la piscícola 15 minutos aprox.		
		<b>12. DESCRIPCIÓN</b> Está conformada de 3 ha de pasto y 1 ha en donde funciona la planta de producción de ovas o huevos, alevines y truchas y el maravilloso paisaje escénico.
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES:</b>  Criadero de truchas y pesca deportiva.		
<b>14. HORARIOS</b>	<b>15. PRECIOS</b>	<b>16. PROPIETARIO</b>  <b>17. PERSONA CONTACTO</b>
<b>18. TIPO DE PUBLICO</b>		

<b>Semana</b>		
Fin de semana.....X		
Feriados Largos.....X		
Vacaciones.....X		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>
<b>22. SERVICIOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Estacionamiento.....X</li> <li><input type="radio"/> Comida</li> <li><input type="radio"/> Alojamiento.....X</li> <li><input type="radio"/> Visitas guiadas</li> <li><input type="radio"/> Talleres</li> <li><input type="radio"/> Rutas autoguiadas</li> <li><input type="radio"/> Señalización para llegar.....X</li> <li><input type="radio"/> Señalización interna</li> <li><input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura</li> <li><input type="radio"/> Servicios higiénicos</li> <li><input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo</li> <li><input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades</li> <li><input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li><input type="radio"/> Folletos</li> <li><input type="radio"/> Teléfono publico</li> <li><input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito</li> <li><input type="radio"/> otros</li> </ul>		
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>		
El proyecto piscícola Atillo se encuentra en deterioro ya que las autoridades responsables del proyecto no se preocupan por el desarrollo del atractivo turístico.		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b>		
<b>25. OBSERVACIONES:</b> Mayor responsabilidad por parte de las autoridades que se encuentran a cargo de la Piscícola Atillo		
<b>26. Realizada Por:</b> Gabriela Guerrero	<b>Fecha:</b> 14 y 15 de Febrero	

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>		
<b>1. NOMBRE:</b> Feria de Cebadas	<b>2. FICHA N°</b> 11	<b>3. FICHAS ASOCIADAS:</b> 6, 9
<b>4. CATEGORÍA:</b> Manifestación Cultural	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b>  <b>TIPO:</b> Etnografía  <b>SUBTIPO:</b> Ferias y Mercados	
<b>6. UBICACIÓN:</b> Provincia de Chimborazo, Cantón Guamote, Parroquia Cebadas.  <b>Altitud:</b> 3445 m.s.n.m  <b>Longitud:</b> 9788872°  <b>Altitud:</b> 2882 m.s.n.m		
<b>7. ACCESO</b>  <b>8. Desde:</b> Cebadas Centro 0km  <b>9. Vía, tipo, estado:</b> Asfaltado, Terrestre, Bueno  <b>10 Medio de acceso:</b> bus automóvil.  <b>11 Tiempo</b>		
		<b>12. DESCRIPCIÓN</b> La feria se la realiza todos los domingos durante todo el año, a la feria asisten propios y extraños.
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES</b>  Variedad de productos que ofertan los comerciantes y a la vez lugar de esparcimiento para las personas que asisten a la feria		
<b>14. HORARIOS</b>	<b>15. PRECIOS</b>	<b>16. PROPIETARIO</b>  <b>17. PERSONA CONTACTO</b>
<b>18. TIPO DE PUBLICO</b>		

<b>Semana</b>		
Fin de semana.....X		
<b>Feriados Largos</b>		
<b>Vacaciones</b>		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>
<b>22. SERVICIOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Estacionamiento.....X</li> <li><input type="radio"/> Comida.....X</li> <li><input type="radio"/> Alojamiento</li> <li><input type="radio"/> Visitas guiadas</li> <li><input type="radio"/> Talleres</li> <li><input type="radio"/> Rutas autoguiadas</li> <li><input type="radio"/> Señalización para llegar.....X</li> <li><input type="radio"/> Señalización interna</li> <li><input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura</li> <li><input type="radio"/> Servicios higiénicos</li> <li><input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo</li> <li><input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades</li> <li><input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li><input type="radio"/> Folletos</li> <li><input type="radio"/> Teléfono público.....X</li> <li><input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito</li> <li><input type="radio"/> otros</li> </ul>		
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>		
La basura que se deja después de realizada la Feria y servicios higiénicos que no se encuentran habilitados.		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b>		
<b>25. OBSERVACIONES:</b> Se necesita de mayor organización de los puestos de venta para así dar un mejor servicio y una buena imagen.		
<b>26. Realizada Por:</b> Gabriela Guerrero		<b>Fecha:</b> 14 y 15 de Febrero

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>		
<b>1. NOMBRE</b> Comunidad Guargualla	<b>2. FICHA N°</b> 12	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b> 0
<b>4. CATEGORÍA</b>	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b>  <b>TIPO:</b>  <b>SUBTIPO:</b>	
<b>6. UBICACIÓN:</b> Provincia de Chimborazo, Cantón Guamote Parroquia Cebadas. Está inserta en el área de amortiguamiento del Parque Nacional Sangay.		
<b>7. ACCESO</b>  <b>8. Desde</b>  <b>9. Vía, tipo y estado:</b>  <b>10 Medio de acceso:</b> Bus, automóvil, camioneta  <b>11 Tiempo</b>		
<b>12. DESCRIPCIÓN</b> Guargualla y su asociación de Turismo Comunitario AGIG, toda la gestión del turismo está manejado por los indígenas locales sus beneficios directos como indirectos son para la comunidad. Son cultores del agro, excelentes ganaderos, grandes manufactureros de igual forma desarrollan el turismo comunitario con sus diferentes formas de estructuración: organización de mujeres, asociación de guías, grupos culturales los cuales dinamizan el desarrollo local.		
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES</b>  Servicio turístico		
<b>14. HORARIOS</b>	<b>15. PRECIOS</b>	<b>16. PROPIETARIO</b>  <b>17. PERSONA CONTACTO</b>
<b>18. TIPO DE PÚBLICO</b>  <b>Semana</b>  <b>Fin de semana</b>  <b>Feriados Largos</b> .....X  <b>Vacaciones</b> .....X		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>



<b>22. SERVICIOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estacionamiento</li> <li>○ Comida.....X</li> <li>○ Alojamiento.....X</li> <li>○ Visitas guiadas</li> <li>○ Talleres</li> <li>○ Rutas autoguiadas</li> <li>○ Señalización para llegar</li> <li>○ Señalización interna</li> <li>○ Limpieza y recogida de basura</li> <li>○ Servicios higiénicos.....X</li> <li>○ Seguridad y Manteniendo</li> <li>○ Alquiler de material para realizar actividades</li> <li>○ venta de souvenir, información sobre el recurso.....X</li> <li>○ Folletos.....X</li> <li>○ Teléfono público</li> <li>○ Pago con tarjetas de crédito</li> <li>○ otros</li> </ul>	
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>	
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b>	
<b>25. OBSERVACIONES:</b> Se requiere de mayor promoción para que el turismo en esta comunidad se vea beneficiado.	
<b>26. Realizada Por:</b> Gabriela Guerrero	<b>Fecha:</b> 14 y 15 de Febrero

FICHA DE NÚCLEO POBLACIONAL		
1. LOCALIDAD: Cebadas Centro	2. FICHA 13	3. FICHAS ASOCIADAS
4. ACCESO		
5. Desde: Riobamba ---Km		
6. Vía, tipo y estado Asfaltado, terrestre, bueno		
7. tiempo y medio de transporte: 1h00. Bus, Automóvil		
8. BREVE DESCRIPCIÓN: Cebadas Centro es el lugar donde se concentra el eje más importante como es la Junta Parroquial de Cebadas, un UPC, la feria que se realiza todos los días domingos durante todo el año. Y dotado de todos los servicios básicos		
9. PRINCIPALES RECURSOS Y ATRACTIVOS		
Categoría	Tipo	Subtipo
R. Naturales	Rios	Rapidos y Caudales
R. Culturales	Técnica y científica	Explotación agropecuaria
R. Cultural	Etnografía	Ferias y Mercados
10. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO GENERALES		
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Transporte públicos-----X</li> <li><input type="radio"/> Gasolineras</li> <li><input type="radio"/> Teléfono Público-----X</li> <li><input type="radio"/> Oficina bancaria</li> <li><input type="radio"/> Cajero</li> <li><input type="radio"/> Centro de salud-----X</li> <li><input type="radio"/> Primeros auxilios</li> <li><input type="radio"/> Farmacia</li> <li><input type="radio"/> Seguridad</li> <li><input type="radio"/> Centros escolares-----X</li> <li><input type="radio"/> Centros culturales</li> <li><input type="radio"/> Centros deportivos</li> <li><input type="radio"/> Espacios recreativos-----X</li> <li><input type="radio"/> Otros</li> </ul>		
11. EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS PARA EL TURISMO		
Alojamiento		
Restaurantes	1	Tercera categoría
Otros lugares de comida		
Empresas de actividades recreativas		
Empresas receptivo		
Otros		
12. OFICINA ITUR MÁS PRÓXIMA: CantónGuamote		
Fechas de apertura:		Horarios:

**13. PRINCIPALES PROBLEMAS**

- Señalización-----X
- Accesos
- Información-----X
- Conservación urbana
- Saneamiento
- Circulación
- Limpieza y recogida de basura
- Seguridad
- Otros

**14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS**

**15. Realizado por:** Gabriela Guerrero

**Fecha:** 14,15 Febrero

## Ficha de resumen de inventario de atractivos

Tabla N° 13. Ficha de resumen de inventario de atractivos.

Atractivo	Calidad Intrínseco	Extrínseco	Entorno	Estado de conserv.	Acceso	Servicios	Asociación con otros atractiv.	Significad Local	Provincial	Nacional	Internacio nal	Total	Jerarquía
Valores	Max. 15	Max. 15	Max. 10	Max. 10	Max. 10	Max. 10	Max. 5	Max. 2	Max. 4	Max. 7	Max. 12		
Laguna Magdalena	7	8	6	7	4	4	3	2					II
Laguna Kuyuk	7	7	6	7	4	3	3	2					II
Laguna Negra	7	8	5	7	4	3	3	2					II
Cerro Padre Urco	9	9	6	6	4	5	5	2					II
León	4	4	5	6	2	2	1	2					II

<b>Agazapado</b>													
<b>Río Cebadas</b>	4	4	3	3	8	5	2	2					II
<b>Río Atillo</b>	4	4	5	5	5	4	3	2					II
<b>Páramo PancúnIchubamba</b>	4	4	3	3	3	3	2	2					I
<b>Industria de lácteos Cebadeñito</b>	8	10	7	7	5	4	2	4					II
<b>Piscícola Atillo</b>	10	5	3	3	6	3	3	2					II
<b>Feria</b>	6	3	3	3	7	7	3	2					II
<b>Comunidad Guarguallá</b>	7	6	6	7	6	5	2	2					II

#### **4.3. Conclusiones**

- La parroquia Cebadas cuenta con gran potencial turístico pero que por su falta de promoción se ha dificultado el desarrollo del turismo.
- La parroquia Cebadas tiene mucho que ofertar por el hecho mismo de encontrarse en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Sangay y ser pasaje al oriente ecuatoriano.
- La gran parte de visitantes tiene cierta información acerca de los atractivos más importantes como son las Lagunas de Atillo dejando de lado otros lugares de interés.
- Es de gran interés se mejore la planta turística para que el visitante se sienta atraído por el lugar y a la vez satisfecho por los servicios recibidos en el lugar.
- Los turistas que llegan al lugar son solo de paso y esto se debe a la falta de promoción turística además de que no se cuenta con paquetes turísticos que incentiven al turista a desear visitar el lugar.
- Las Lagunas de Atillo son el mayor atractivo que poseen los pobladores de la parroquia Cebadas y de las que más conocimiento tienen los turistas.

- En la comunidad de Guarguallá encontramos a la CORDUTCH que también contribuye con la parroquia ya que ellos de una u otra forma se encargan de dar a conocer parte de la cultura de los habitantes pero que también tienen la necesidad de ser más promocionados específicamente en ese lugar.
- Se requiere de más información acerca de la parroquia Cebadas para que ésta pueda ser suministrada eficazmente a los turistas.
- Hace falta aún que la población esté consciente de los recursos turísticos que posee y que también sepan conservarlos.
- La falta de concientización acerca del potencial turístico que poseen ha provocado que ciertos atractivos se vean afectados negativamente por la mano del hombre.
- Los atractivos turísticos no cuentan con la señalética adecuada para poder llegar fácilmente hacia los diferentes lugares así como también de senderos que faciliten el acceso y menos aún de letreros interpretativos e informativos.

#### **4.4. Recomendaciones**

- Es importante dar a conocer los atractivos turísticos que posee la parroquia Cebadas mediante los medios masivos que son de fácil acceso para la población como son la televisión y radio.
- Para realizar actividades turísticas es necesario mejorar los servicios básicos de la parroquia como es el hecho de contar con agua apta para el consumo humano y el buen manejo de los desechos, esto se logrará con una buena capacitación a la población con respecto a los diferentes ámbitos que demanda la actividad turística y esto a su vez generará el progreso de la población.
- Concientizar a la población para que comprendan que el turismo es una fuente generadora de ingresos económicos que aporta al desarrollo de la parroquia.
- Implementar una línea de transporte que se dirija exclusivamente a los lugares turísticos de la parroquia Cebadas ya que no todos los turistas cuentan con un medio de transporte privado.
- Mejorar la prestación de servicios en cuanto a hospedaje y alimentación de esta manera se logrará satisfacer todas las expectativas del visitante.



- Impulsar el desarrollo de actividades turísticas como trekking, pesca deportiva, observación de flora y fauna nativa, camping, cabalgata.
- Implementar señalética, letreros interpretativos e informativos, esto permitirá que los visitantes tengan mayor facilidad de conocer los atractivos turísticos.

## **QUINTA PARTE-PROPUESTA**

### **5.1. Título de la propuesta**

Promoción y desarrollo de los destinos turísticos de la parroquia Cebadas.

### **5.2. Justificación**

Debido a la escasa afluencia de visitantes por el desconocimiento de los lugares turísticos que posee la parroquia Cebadas, se ha visto la necesidad de diseñar una ruta turística que permita al viajero conocer los diferentes destinos turísticos que ofrece la parroquia, de esta manera existirá un mayor número de personas que se sientan atraídas por experimentar nuevas aventuras.

El diseño de la ruta turística es importante ya que permite desarrollar la actividad turística durante todo el año y de esta manera la parroquia deje de ser un lugar de paso, además que beneficia a la población puesto que el turismo es una actividad que impulsa el desarrollo socioeconómico. Posteriormente se realizará un tríptico con información detallada sobre la ruta y de las actividades a realizarse en los lugares turísticos las mismas que serán distribuidas en la Junta Parroquial de Cebadas y en los lugares de más afluencia de personas en Cebadas.

### **5.3. Impacto**

La presente propuesta tendrá un impacto positivo para la parroquia Cebadas ya que a través del diseño de la ruta turística y mediante la creación de un tríptico con información necesaria para el turista, existirá un incremento de los turistas que deseen visitar la parroquia, pues tendrán una mejor perspectiva acerca del lugar y de los diferentes destinos turísticos que tiene por ofertar.

### **5.4. Objetivos**

#### **5.4.1. Objetivo General**

Diseñar una ruta turística para el desarrollo de los destinos turísticos, a través de la promoción e incentivo de la ruta turística mediante la elaboración de un díptico.

#### **5.4.2. Objetivos Específicos**

- Realizar la ruta turística ideal para visitar los destinos turísticos.
- Determinar los servicios turísticos que se brindarán en el recorrido.
- Determinar el costo que implica recorrer la ruta turística.

- Establecer el medio de difusión para la ruta turística.
- Entregar el diseño de la ruta turística en la Junta Parroquial y en los lugares de más afluencia de personas en la parroquia Cebadas.

#### **5.5. Ubicación sectorial y física**

La propuesta se realizará en la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

#### **5.6. Viabilidad**

El diseño de la ruta así como la elaboración del tríptico serán viables porque se cuenta con los recursos necesarios para su ejecución, es decir el apoyo del presidente de la junta parroquial de Cebadas será fundamental puesto que una vez realizada la ruta turística ésta será plasmada en un tríptico el mismo que se entregará en la junta parroquial quienes colaboraran con la promoción de la parroquia y sus atractivos.

## 5.7. Plan de Ejecución

Tabla N° 14. Creación de la ruta turística

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES	FECHA	RECURSOS	RESPONSABLES	INDICADORES
Realizar la ruta turística ideal para visitar los destinos turísticos.	<p>Visitar los atractivos de la parroquia</p> <p>Seleccionar los atractivos idóneos para la ruta</p> <p>Diseñar la ruta turística</p>		<p>✓ Recursos Económicos</p> <p>Alimentación Hospedaje Transporte</p> <p>✓ Talento Humano</p> <p>Tutor Autor Ayudantes (2)</p>	<p>✓ Autor</p> <p>✓ Expositor</p> <p>✓ Funcionarios/as de la parroquia</p>	<p>Número atractivos turísticos naturales y culturales del sitio</p> <p>Diseño de ruta elaborada</p>
Determinar los servicios turísticos que se brindarán en el recorrido.	<p>Gestionar con los lugares donde se brindará servicios turísticos como alimentación y visita.</p>		<p>✓ Recursos económicos</p> <p>Transporte Alimentación Hospedaje</p> <p>✓ Talento Humano</p> <p>Autor</p>	<p>✓ Autor</p>	<p>Costo de la ruta</p>
Determinar el costo que implica recorrer la ruta turística.	<p>Gestionar el costo de los servicios turísticos que se va a ofrecer</p>		<p>✓ Recursos económicos</p> <p>Servicios turísticos Gastos extras</p> <p>✓ Talento Humano</p> <p>✓ Guía</p>	<p>✓ Autor</p>	<p>Diseño de ruta elaborada</p>
Establecer el medio de difusión para la ruta	<p>Seleccionar de entre los medios de publicidad investigados</p>		<p>✓ Talento Humano</p> <p>Autor</p>	<p>✓ Autor</p>	<p>De la investigación realizada en cuanto a medios de</p>

<p>turística.</p> <p><b>Entregar el diseño de la ruta turística en la Junta Parroquial y en los lugares de más afluencia de personas en la parroquia Cebadas.</b></p>	<p>Dejar los trípticos en la Junta Parroquial así como en los lugares de más afluencia de personas</p>		<p>✓ Recursos económicos</p> <p>Elaboración del tríptico Transporte Alimentación</p> <p>✓ Talento Humano</p> <p>Autora Ayudantes (2)</p>	<p>✓ Autora</p>	<p>publicidad.</p> <p><b>Los lugares para entregar los trípticos son los de más afluencia de personas por lo que ayudará a una aceptación rápida.</b></p>
---	--	--	--	-----------------	---

### **5.7.1. Selección de atractivos turísticos**

Río Cebadas

Páramo Pancún Ichubamba

León Agazapado

Río Atillo

Piscícola Atillo

Cerro Padre Urco

Laguna Magdalena o Colay

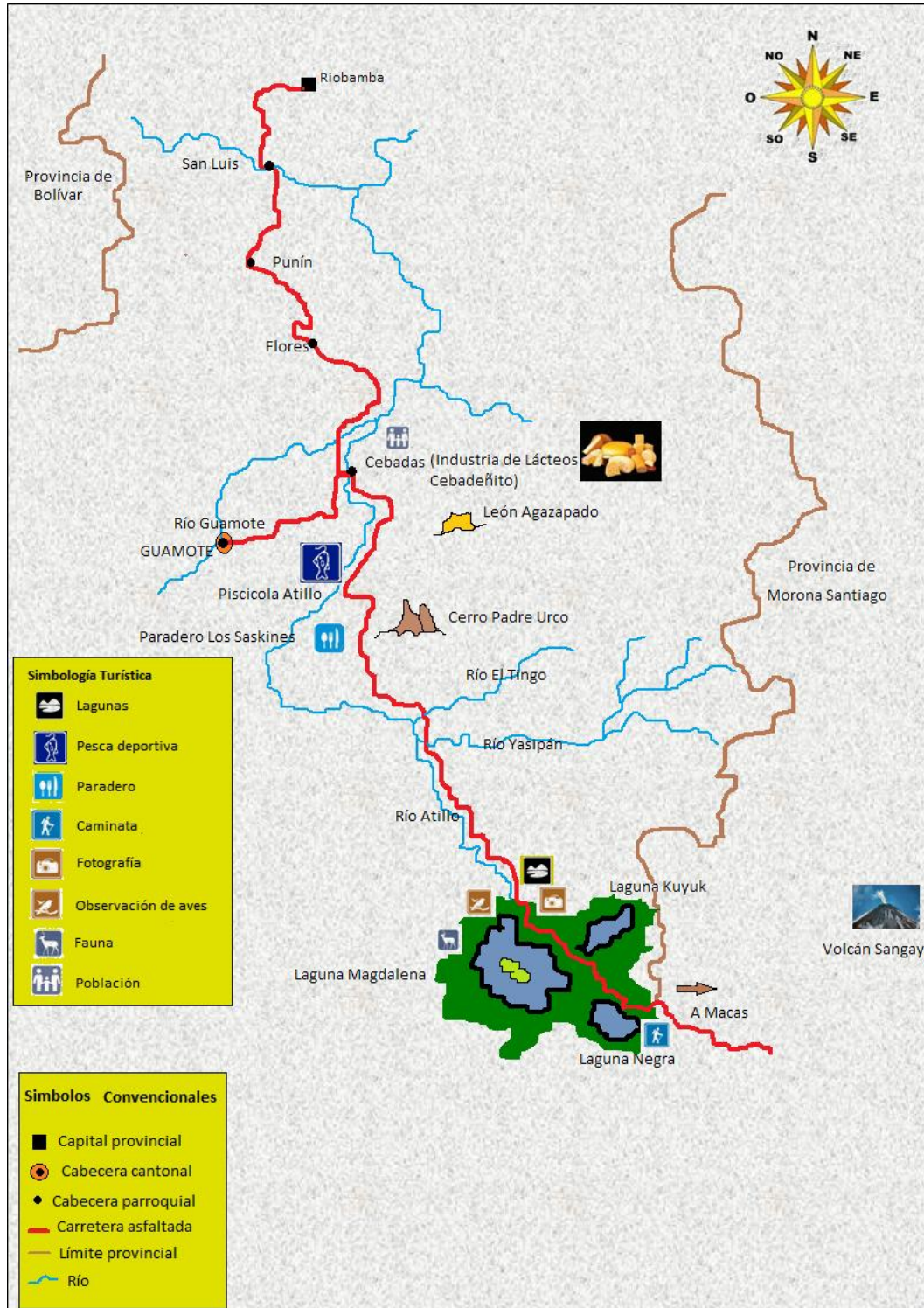
Laguna Kuyuk

Laguna Negra

Industria de Lácteos El Cebadeñito

### 5.7.2. Diseño de la ruta turística (mapa)

#### EL ENCANTO DE LAS LAGUNAS





### 5.7.3. Itinerario

#### EL ENCANTO DE LAS LAGUNAS FULL DAY

HORA	ACTIVIDADES
6H30	Concentración y salida desde Riobamba a Cebadas.  Charla introductoria y bienvenida  Explicación de itinerarios.
07H30	Arribo y desayuno en El Descanso del Viajero (Cebadas)
08H15	Breve recorrido por Cebadas Centro
8H30	Visita a la Industria de Lácteos El Cebadeñito  Degustación y compra de los productos.
09h45	Caminata hacia el río Cebadas  Observación e interpretación  Fotografías
10H15	Salida hacia la Piscícola Atillo  Observación e interpretación del paisaje durante el recorrido.

- 10H45** Parada de descanso y observación del atractivo turístico León Agazapado.
- Fotografías
- 11H00** Arribo al río Atillo e ingreso a la piscícola Atillo
- 12H30** Observación e interpretación ambiental Cerro Padre Urco
- Fotografías.
- Almuerzo Los Saskines
- 02H15** Visita a la Laguna Magdalena
- Observación e interpretación ambiental
- Fotografías
- 2h30** Visita a la Laguna Kuyuk
- Fotografías
- 2h45** Visita a la Laguna Negra
- Observación del paisaje
- Fotografías
- Caminata al mirador de ingreso al oriente ecuatoriano

**3H30** Despedida y salida a Riobamba

**6H00** Arribo a Riobamba.

**Incluye:**

Transporte privado todo el tour

Desayuno

Almuerzo

Guía Nacional de Turismo

**No incluye:**

Bebidas extras

Propinas

Gastos personales

Cualquier otro tipo de gasto que no esté especificado  
en el itinerario

#### 5.7.4. Costo de la ruta

Tabla N° 15. Costo de la ruta.

EL ENCANTO DE LAS LAGUNAS FULL DAY							
PRESTADORES	SERVICIO	TARIFA	IVA	TOTAL	PAX	POR PAX	GRUPAL
Transporte privado	Transporte	100		100	20	5	100
Gabriela Guerrero	Guianza	60		60	20	3	60
Restaurante "El Descanso del Viajero"	Desayuno	3	0,36	3,36	20	3,36	67,2
Paradero "Los Saskines"	Almuerzo	8	0,96	8,96	20	8,96	179,2
	TOTAL					20,32	406,4

Costos netos	20,32
Imprevistos 1%	0,2
Gastos administrativos 3%	<u>0,61</u>
Total costos	21,13
IVA 12%	2,44
P.V.P	23,57

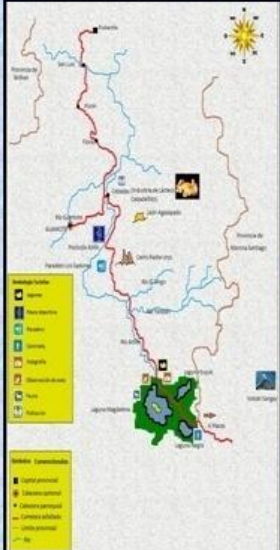
#### 5.7.5. Promoción de la ruta turística

Para la promoción de la ruta turística se elaborará un tríptico que según [es.wikipedia.org/wiki/Tríptico\\_\(publicidad\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Tríptico_(publicidad)) es un folleto informativo doblado en tres partes, por lo regular es del tamaño de una hoja de papel tamaño carta, contiene la información del evento e institución que lo organiza y las fechas, en la cara frontal, en las tres del centro de la hoja vienen los invitados especiales, el contenido de conferencias, horarios, ponentes, recesos, datos de la inauguración y clausura, en la parte posterior se dejan los datos para la

inscripción e informes. Su nombre deriva, por extensión, de los trípticos artísticos.

Consiguientemente realizado el tríptico, el cual tendrá información acerca de las actividades que se realizará en el recorrido, este se lo entregara en la Junta Parroquial de Cebadas y de esa forma se logrará difundir entre las personas que requieran un momento de grato esparcimiento con la magnífica naturaleza que ofrece la Parroquia Cebadas.


## 5.7.6. Elaboración del tríptico



**RECOMENDACIONES**

Por las características de la zona se recomienda usar ropa abrigada.

Se recomienda llevar bebidas calientes y dulces.



Para mayor información acerca del tour comunicarse a los teléfonos:

**0992641524 (Movistar)**

**022497300**

**gabylion55@hotmail.com**

**Disfrute su visita...!!**

# MAGIC TOURS

**Ven y descubre el encanto que encierra la Parroquia Cebadas.**





La Parroquia Cebadas es una de las poblaciones más antiguas del Cantón Guamote, la cual está ubicada en la parte central del callejón interandino, al sureste de la cabecera provincial de Chimborazo, se encuentra a una altitud que va desde los 2600 hasta los 4500 m.s.n.m.

**Impresionante Sistema lacustre localizado en la provincia de Chimborazo, cantón Guamote, parroquia Cebadas.**



Es un paisaje único entre el páramo y el bosque andino en este sector sobresalen las lagunas Magdalena, Kuyuk y Negra, que se encuentran a una altura máxima de 3727m.s.n.m.

La Laguna Magdalena es la de mayor extensión del complejo lacustre Atillo, sus aguas son de color azul y alimentan al río Cebadas. En el centro de esta laguna se puede observar un islote muy llamativo.



La Laguna Negra tiene un color azul oscuro, y un entorno misterioso con personas extrañas manifestándolo al cubrirse con neblina rápidamente.

## 5.8. Recursos

### 5.8.1. Materiales

<b>Materiales</b>	<b>Cantidad</b>
Flash memory	1
Impresora	1
Hojas de papel bond	500
Laptop	1
Tinta para impresora	1

### 5.8.2. Económicos

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Uso de internet	20 horas	0,80 hora	16,00
Laptop	1	600,00	600,00
Impresora	1	130,00	130,00
Tinta para impresora	1	12,00	12,00
Hojas de papel bond	500	0,05	25,00
		<b>TOTAL</b>	783,00

### 5.8.3. Talento Humano

<b>Personal</b>
Autor de la propuesta: Gabriela Guerrero
Junta Parroquial de Cebadas
Paradero Los Saskines
Personas que asisten a la Feria de Cebadas

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acerenza, M. Á. (1986). *Promoción Turística un enfoque metodológico*. México: Trillas.

Cebadas, E. T. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Riobamba.

Dahdá, J. (1990). *Publicidad Turística*. México: Trillas.

Dspace ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO. Obtenido de [dspace.spocho.edu.ec](http://dspace.spocho.edu.ec)

Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas. Obtenido de [www.cebadas.gob.ec](http://www.cebadas.gob.ec)

Gurria Di Bella, M. (1991). *Introducción al Turismo*. México: Trillas.

INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec).

Scribd. Recuperado el 12 de Febrero de 2013, de [es.scribd.com/doc/18972710/Turismo-Definiciones-de-Turismo](http://es.scribd.com/doc/18972710/Turismo-Definiciones-de-Turismo)

Slideshare. Recuperado el 13 de Mayo de 2013, de [www.slideshare.net/guestf45b0e5/los-medios-publicitarios](http://www.slideshare.net/guestf45b0e5/los-medios-publicitarios)

Slideshare. Recuperado el 12 de Febrero de 2013, de [www.slideshare.net/Cramberry/superestructura-del-turismo](http://www.slideshare.net/Cramberry/superestructura-del-turismo)

TURISMO, C. E. (1993). *Metodología para inventario de atractivos turísticos*.

Wikipedia La enciclopedia libre. Recuperado el 13 de Mayo de 2013, de [es.wikipedia.org/wiki/Tríptico\\_\(publicidad\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Tríptico_(publicidad))



## ANEXOS

Formato de fichas de levantamiento de información:

### FICHA DE ATRACTIVOS

FICHA DE ATRACTIVOS		
1. NOMBRE	2. FICHA N°	3. FICHAS ASOCIADAS
4. CATEGORÍA	5. TIPO Y SUBTIPO TIPO: SUBTIPO:	
6. UBICACIÓN		
7. ACCESO		
8. Desde Medio de acceso	9. Vía, tipo y estado 11 Tiempo	10
12. DESCRIPCIÓN		
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES		
14. HORARIOS	15. PRECIOS	16. PROPIETARIO 17. PERSONA CONTACTO
18. TIPO DE PÚBLICO  Semana  Fin de semana  Feriados Largos  Vacaciones		
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20 ACTIVIDAD	21 CÓDIGO
22. SERVICIOS  <input type="radio"/> Estacionamiento <input type="radio"/> Comida <input type="radio"/> Alojamiento		

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Visitas guiadas</li> <li>○ Talleres</li> <li>○ Rutas autoguiadas</li> <li>○ Señalización para llegar</li> <li>○ Señalización interna</li> <li>○ Limpieza y recogida de basura</li> <li>○ Servicios higiénicos</li> <li>○ Seguridad y Manteniendo</li> <li>○ Alquiler de material para realizar actividades</li> <li>○ venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li>○ Folletos</li> <li>○ Teléfono publico</li> <li>○ Pago con tarjetas de crédito</li> <li>○ otros</li> </ul>	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS	
25. OBSERVACIONES	
26. Realizada Por:	Fecha:

## FICHA DE NÚCLEO POBLACIONAL

FICHA DE NÚCLEO POBLACIONAL		
1. LOCALIDAD	2. FICHA N	3. FICHAS ASOCIADAS
4. ACCESO		
5. Desde: medio de transporte	6. Vía, tipo y estado	7. tiempo y
8. BREVE DESCRIPCIÓN		
9. PRINCIPALES RECURSOS Y ATRACTIVOS		
Categoría	Tipo	Subtipo
R. Naturales		
R. Culturales		
R. Etnográficos		
Realizaciones Técnicas		
Realizaciones Programadas		
10. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO GENERALES		
<ul style="list-style-type: none"><li>○ Transporte públicos</li><li>○ Gasolineras</li><li>○ Teléfono Publico</li><li>○ Oficina bancaria</li><li>○ Cajero</li><li>○ Centro de salud</li><li>○ Primeros auxilios</li><li>○ Farmacia</li><li>○ Seguridad</li><li>○ Centros escolares</li><li>○ Centros culturales</li><li>○ Centros deportivos</li><li>○ Espacios recreativos</li><li>○ Otros</li></ul>		
11. EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS PARA EL TURISMO		
Alojamiento	N	Tipo
Restaurantes	N	Tipo
Otros lugares de comida	N	Tipo
Empresas de actividades recreativas	N	Tipo

<b>Empresas receptivo</b>	<b>N</b>	<b>Tipo</b>
<b>Otros</b>	<b>N</b>	<b>Tipo</b>
<b>12. OFICINA ITUR MASPROXIMA:</b>		
<b>Fechas de apertura:</b>		<b>Horários:</b>
<b>13. PRINCIPALES PROBLEMAS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Señalización</li> <li>○ Accesos</li> <li>○ Información</li> <li>○ Conservación urbana</li> <li>○ Saneamiento</li> <li>○ Circulación</li> <li>○ Limpieza y recogida de basura</li> <li>○ Seguridad</li> <li>○ Otros</li> </ul>		
<b>14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS</b>		
<b>15. Realizado por:</b>		<b>Fecha:</b>

## APÉNDICES

### APÉNDICE A



#### INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE TURISMO Y HOTELETERÍA "ITHI"

La presente encuesta tiene como objetivo investigar cuánto conocen los habitantes de la parroquia Cebadas acerca de los atractivos turísticos que poseen, y cuáles serían los mejores medios de publicidad para dar a conocer a la parroquia.

Le agradecemos el tiempo dedicado para contestar esta encuesta.

#### 1. Género

Masculino  Femenino

#### 2. Edad

18-25 años  41-48 años   
26-33 años  49-55 años   
34-40 años  55- en adelante

#### 3. ¿Conoce usted que atractivos turísticos posee la parroquia Cebadas?

SI  NO

Si su respuesta es sí, diga cuales.

-----  
-----

4. ¿Existen lugares de hospedaje en la parroquia Cebadas?

SI  NO

5. ¿Existen lugares donde los turistas puedan alimentarse?

SI  NO

6. ¿Hay servicios de transporte que se dirijan a los atractivos turísticos?

SI  NO

7. ¿La parroquia Cebadas cuenta con los servicios básicos?

Agua  Luz

Internet  Teléfono

8. ¿En qué estado se encuentran las vías de la parroquia Cebadas?

Excelente  Mala

Buena

9. ¿En qué época del año hay concurrencia de turistas?

Fines de semana Cada  es Otros

Feriados  Cada año

10. ¿A través de qué medios se podría dar a conocer los atractivos turísticos de la parroquia Cebadas?

Página web  Radio

Televisión  Otros (Especifique) -----

## **APÉNDICE B**

### **ENTREVISTA ESTRUCTURADA**

1. ¿Actualmente cuál es la actividad principal que se desarrolla en la parroquia Cebadas?
2. ¿Cómo gobierno qué se ha hecho para promocionar los atractivos turísticos de la parroquia Cebadas?
3. ¿Existe un plan de manejo y conservación de los recursos naturales y culturales de la parroquia Cebadas?
4. ¿Cree usted que la población de Cebadas, está consciente del potencial turístico que posee la parroquia?
5. ¿Piensa usted que se podría realizar actividades conjuntamente con la población y el gobierno local para el desarrollo del turismo en la parroquia?
6. ¿Qué apoyo daría usted cómo autoridad para que el resultado de la presente investigación sea la base para la implementación de actividades turísticas recomendadas?