

Análisis del mercado turístico del cantón Alausí, Ecuador Tourism market analysis canton Alausi, Ecuador

Roberto Carlos Herrera Anangonó^{a*}, Diana Delgado^f, Andrea Verónica Sevillano^b, Gabriela Bermello^a, Karina Estefanía Haro Merino^e, Juan Moreira Espinoza^a, Dayana Muñoz^a, Erika Elizabeth Herrera^d, Digna Serrano^a, Carolina Castro^a, Shirley Carranza^a, Revisor Rosa Alva Pupo^a

Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Facultad de Ciencias Ambientales, Quevedo, Ecuador^a

Ministerio de Educación del Ecuador Dirección, Ecuador^b

Unidad Educativa La Inmaculada Concepción, Ecuador^c

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador^d

Ferrocarriles del Ecuador EP^e

Universidad Estatal de Milagro^f

Resumen: La presente investigación se determinó para analizar el mercado turístico de Alausí de la zona de planificación 3 de Ecuador. La insuficiente generación de información ha tenido efecto negativo al realizar la gestión sin indicadores lo que conlleva a una inadecuada planificación. El objetivo fue generar información para mejorar la gestión turística, la investigación se basó en el análisis de la oferta, determinación de la estacionalidad de la demanda, con una modalidad analítica, descriptiva y se utilizaron los métodos cuantitativos. Para el desarrollo de los resultados se utilizó información secundaria, estadística obtenida en los puntos de ingreso de FEEP y PNS, para determinar la estacionalidad turística y se proyectó la demanda. Se analizó el empleo, emprendimientos y la oferta con 44 establecimientos siendo el 50% alimentación, 38.6% alojamiento. El ingreso de 159128 turistas 2014-2015 permitió definir las temporadas alta en julio, agosto, octubre, noviembre, la media marzo, abril, septiembre, diciembre y la baja los meses enero, febrero, mayo, junio.

Palabras clave: turismo, tren, oferta, demanda, estacionalidad turística, nariz del diablo.

Abstract: This research was determined to analyze the tourist market Alausí of the planning area 3 of Ecuador. Insufficient information generation has had negative effect to perform management Indicators sin leading to an inadequate planning. The goal was to generate information m to improve tourism management, research was based on the analysis of the offer, determination of the seasonality of demand, with an analytical method, descriptive and quantitative methods were used. For the development of the results was used secondary information, statistics obtained at points of entry and PNS FEEP to determine the tourist seasonality and demand was projected employment, entrepreneurship and offering 44 establishments being analyzed 50% food, 38.6% accommodation. The entry of 159,128 tourists from 2014 to 2015 allowed define the high season in July, August, October, November, the March, April, September, December and lower half months January, February, May, June.

Keywords: tourism, train, supply, demand, tourist seasonality, devil's nose.

I. INTRODUCCIÓN

El cantón Alausí está ubicado en el centro del Ecuador en la zona histórica de conexión entre las regiones costa y sierra, territorio con vocación turística por la diversidad de escenarios naturales y culturales de gran nivel, eso lo demuestra el presente documento a partir del análisis de la oferta y la demanda, la presencia del tren y el recorrido de la Nariz del Diablo han sido uno de los principales impulsores de esta actividad. Por su influencia y alrededor de ella se han desarrollado de manera incipiente emprendimientos con la idea de prestar servicios a las miles de personas que anualmente llegan al cantón, el tren ha mejorado sustancialmente el producto turístico, el desarrollo vial del país, la capacidad adquisitiva de los ecuatorianos incrementada en los últimos años, la promoción turística enfocada a viajar primero por el país, los esfuerzos locales, provinciales y nacionales para atracción y desarrollo del turismo en la zona, han provocado que en un tiempo corto la situación de Alausí cambie y que la oferta se vuelva insuficiente e ineficaz.

Ha habido un incremento de turistas extranjeros y nacionales que ahora copan la demanda en el cantón, junto a este crecimiento los actores turísticos locales no estaban preparados, vinieron problemas derivados de la inexistente planificación turística, concentración de la oferta de calidad en pocos actores, competencia desleal con el precio como único diferenciador, acaparamiento de la demanda por parte de actores foráneos, gasto turístico limitado, pocos beneficios locales, frente a esta situación las autoridades locales han emprendido un

- **Fechas de investigación**

El análisis se lo realizó con la información obtenida de instituciones como el Ministerio del Ambiente (MAE), MINTUR, GADPCH, GAD Alausí en el periodo 2013-2015

Enfoque metodológico

El enfoque metodológico es de tipo cualitativo y cuantitativo (Hernández 2010). Los instrumentos de obtención de información para las variables fueron las matrices de proyección, de potencialidades turísticas. En esta fase se construyó el diseño de las mismas, con las cual se levantó la información sobre la estacionalidad turística altas, medias y bajas.

Análisis de la oferta. Se usó herramientas de información secundaria como el Plan de desarrollo y ordenamiento territorial (PDYOT), los catastros turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), el Plan de Turismo de Chimborazo y Alausí, también se realizó el análisis comparativo de los atractivos turísticos naturales y manifestaciones culturales s través de la comparación de los datos obtenidos de inventarios turísticos.

Determinación de la estacionalidad turística. Se analizó la información de los turistas y visitantes de los puntos de ingreso de FEEP en el periodos 2013-2015 y MAE 2014-2015, datos que sirvieron para elaborar matrices de distribución, con esta información se determinó la estacionalidad alta, media y baja a partir de las variaciones de flujo turístico, se realizó la proyección de la demanda turística futura para el periodo 2016–2020, se determinó el posible crecimiento turístico, se utilizó el método matemático del incremento compuesto $C_n = C_0(1+i)^n$ (Ayres 1991)

Procesamiento: se diseñó y validó una base de datos de turismo, se analizó el flujo turístico de forma mensual y anual, se interpretó la información recopilada en la base de datos y se establecieron los esquemas de la dinámica turística a través de flujos-proyecciones, se construyeron gráficos ilustrativos con los flujos turísticos y se analizaron para una interpretación de casa uno de los puntos de ingresos de turistas al cantón Alausí.

Resultados: se basaron en la información generada para determinar la línea base inicial para el fortalecimiento de la planificación del sector, obteniendo como resultados esperados la determinación de la estacionalidad turística periódica obtenida para el inicio de un proceso técnico de planificación del sector turístico en el territorio.

Técnicas: se utilizó técnicas como la aplicación del método matemático del incremento compuesto (Ayres 1991) para la determinación del crecimiento futuro y la proyección de la demanda turística del cantón Alausí, se manejó matrices de información básica, generadas para la determinación porcentual y cuantificada de indicadores de la oferta turística como prestadores de servicios turísticos y atractivos turísticos. Se utilizó matrices de levantamiento de información de información mensual y anual, para el análisis comparativo de flujos de turistas y se determinó la distribución temporal del flujo turístico, la estacionalidad en la ruta Alausí Nariz del Diablo, la estacionalización de la demanda turística en áreas protegidas durante el año.

III. RESULTADOS

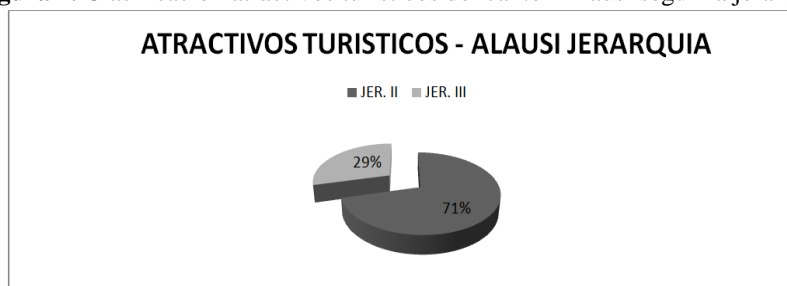
- **Análisis de la oferta.-**

Atractivos turísticos del cantón Alausí.-

En el cantón Alausí se identificaron 55 atractivos turísticos naturales y manifestaciones culturales, los resultados de la identificación de atractivos turísticos se muestran en la Tabla 1:

El análisis mostró que los atractivos turísticos se clasifican el 71% como sitios de jerarquía II y el 29% de jerarquía III, los resultados de la jerarquización (Figura 2)

Figura 2. Clasificación atractivos turísticos del cantón Alausí según la jerarquía.

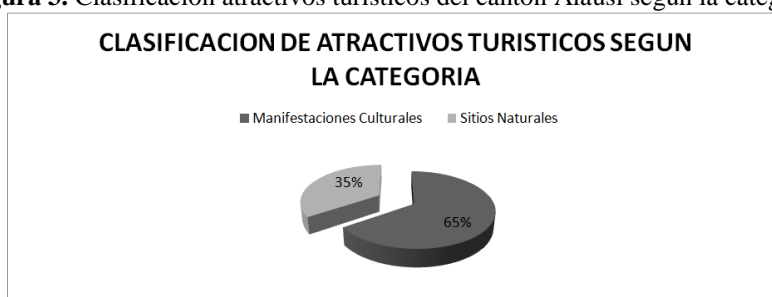


Fuente: Plan de turismo Alausí, inventario de atractivos turísticos de Alausí.

Elaborado: Equipo investigador.

Los atractivos turísticos se clasifican según la categoría el 65% en manifestaciones culturales y el 35% son sitios naturales, los resultados de la categorización se muestran en la Figura 3.

Figura 3. Clasificación atractivos turísticos del cantón Alausí según la categoría.



Fuente: Plan de Turismo Alausí, Inventario de atractivos turísticos de Alausí, Chimborazo

Elaborado: Equipo investigador.

Potencialidades turísticas significativas.-

A continuación se mencionan algunas de las consideraciones para la determinación de las potencialidades significativas del área de estudio:

Suscripción de la convención para la protección del patrimonio mundial cultural y natural (1973). Esta convención fue suscrita en noviembre de 1973 (publicada en el registro oficial 581 del 25 de junio de 1974). Fue creada con el objeto de proteger el patrimonio cultural y natural de valor universal, único e irremplazable para todos los pueblos del mundo. Ecuador ha inscrito hasta 2004 cinco sitios: la ciudad de Quito, el Centro histórico de Cuenca, las islas Galápagos, la Reserva Biológica Marina de Galápagos y PNS.

Declaratoria del PNS como “Patrimonio Mundial de la Humanidad. En 1983 la UNESCO declara al PNS como “Patrimonio Mundial de la Humanidad” debido a su gran importancia biológica, ecológica y cultural, se incluyeron ecosistemas que van desde la región amazónica ecuatoriana hasta las nieves perpetuas el 20 de mayo de 1992, mediante registro oficial No. 939 se ampliaron sus límites a 517.725 ha., en donde se incluye también parte de la provincia de Cañar.

PNS Área para la realización del aviturismo para la conservación de las aves en Ecuador y América (código IBA EC 061) Figura 4.

El área de estudio está considerada dentro del programa de Áreas Importantes para la Conservación de las Aves en América (IBA) El PNS se ubica en la porción centro oriental del país cubriendo un amplio rango altitudinal, aquí se identifican como humedales a lagunas, ciénagas o pantanos. Entre las lagunas existen 327, como los sistemas lacustres de El Altar, las lagunas de Atillo, el sistema lacustre de Ozogoche, las lagunas de Sardinayacu y la laguna de Culebrillas (Fundación Natura 2002). La cuenca hidrográfica con mayor número de lagunas es la del río Santiago (190 lagunas), mientras que la cuenca hidrográfica del río Chimbo tiene la mayor extensión de lagunas (13.38 km²). Las lagunas de Atillo y Ozogoche son conocidas por la mortalidad en masa de *Bartramia longicauda* durante la época de migración, estas aves son encontradas muertas a orillas de las lagunas sin razón aparente y son recolectadas por la gente local para su alimentación. Es posible que las malas condiciones climáticas durante el momento de migración precipiten a las aves a tierra.

Figura 4. Ubicación geográfica del área IBA EC061.



Fuente: (IBA, UTA 2012)

Se determinaron cuatro potencialidades naturales y culturales como el PNS, la identidad cultural, el patrimonio cultural y ruta del ferrocarril (Tabla 3).

Tabla 3. Potencialidades naturales, patrimoniales del cantón Alausí

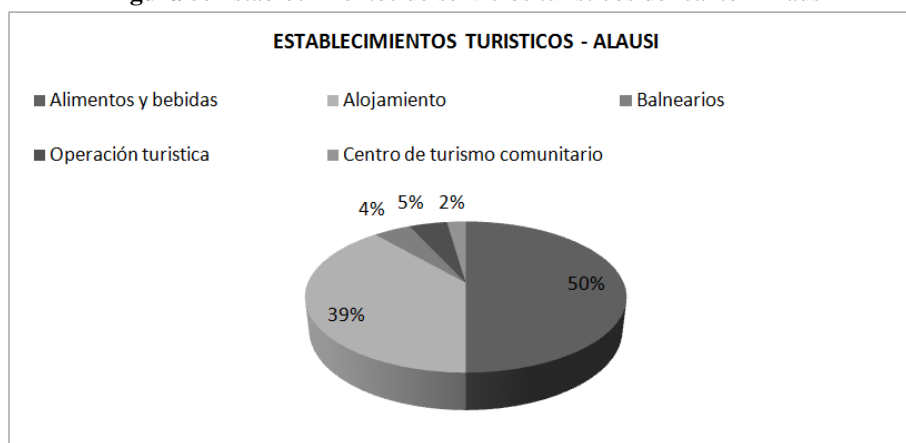
POTENCIALIDAD	POTENCIALIDAD	UBICACIÓN GEOGRAFICA /CARACTERÍSTICA TERRITORIAL
Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PNS	Territorio protegido del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado	Provincias de Chimborazo, Tungurahua, Morona Santiago y Cañar.
	Declaratoria del PNS Patrimonio Natural de la Humanidad”, UNESCO 1983.	Zona alta (entre 1.000 y 6.000 msnm., está representada por elevaciones como el Tungurahua, Altares, Sangay, los Cubillines, Atillo y Ozogoche.
	Ruta de aviturismo PNS IBA Ec 061	Cantón Alausí, parte alta de PNS, Parroquia Achupallas
Identidad cultural	Nacionalidad Indígena Puruhá de provincia de Chimborazo,	Región Sierra central, cantones: Riobamba, Alausí, Colta, Chambo, Chunchi, Guamote, Guano, Pallatanga, Penipe y Cumandá.
Patrimonio cultural de la provincia de Chimborazo. (INPC, 2010)	Patrimonio documental	Toda la provincia de Chimborazo
	Patrimonio Arqueológico	Registro de sitios arqueológicos de la provincia con 71 yacimientos
	Arquitectura patrimonial	Alausí denota significación en la historia interregional por el paso del ferrocarril, su iglesia matriz y su centro de rehabilitación social.
	Patrimonio inmaterial	Los carnavales (gastronomía, disfraces, cantos, juegos)
	Patrimonio documental	Notaria Primera de Alausí (1691) Registro de la Propiedad de Alausí (1781)
Ruta del Ferrocarril	Ruta Nariz del Diablo	Ruta Alausí Sibambe Alausí (Nariz del Diablo) Ruta de la Quinua (Riobamba – Alausí) Ruta Costa Sierra (Durán - Nariz del Diablo – Alausí)

Elaborado: Equipo investigador.

Establecimientos de servicios turísticos.-

En referencia al catastro del MINTUR 2015, el cantón cuenta con 44 establecimientos, (tres establecimientos más que el año 2014), cuya ubicación señalan que el 90% se encuentran en Alausí centro y el restante se distribuyen en Huigra, Tixán y Sibambe, por otro lado se identifica que el 50% corresponden a establecimientos de alimentación, el 38.64% alojamiento, el 4.5% para agencias de viaje y el mismo valor para balnearios y termas y un 2.27 % que representa el único de centro de turismo comunitario registrado, los resultados del análisis del tipo de establecimientos turísticos se muestra en la Figura 5.

Figura 5. Establecimientos de servicios turísticos del cantón Alausí



Fuente: MINTUR 2015

Elaborado: Equipo investigador

Del análisis realizado, la oferta de servicios turísticos en Alausí es de baja categoría, pues la mayoría son establecimientos de tercera y cuarta. El cantón registra 206 habitaciones, con 403 camas y una capacidad de 441 plazas en categorías de primera, segunda y tercera, la capacidad de los establecimientos que prestan el servicio de alimentos y bebidas es de 284 mesas, las cuales tienen una capacidad de 1136 plazas.

Determinación de la estacionalidad de la demanda

Las costumbres estacionales son algunos factores como las fiestas, vacaciones escolares o climatología son condiciones favorables para que los individuos decidan demandar turismo, es por ello que los mercados

turísticos se adaptan a la estacionalidad del negocio turístico, ofreciendo condiciones distintas para cada temporada, distinguiendo entre temporadas bajas, altas y medias (Lizárraga 2013).

Determinación de la estacionalización de la demanda turística – ruta Alausí Nariz del Diablo (periodo 2013-2015)

Según los datos de FEEP existe una afluencia turística de 193938 (Tabla 6) se tuvo un crecimiento anual del 12% en el periodo 2013-2014.

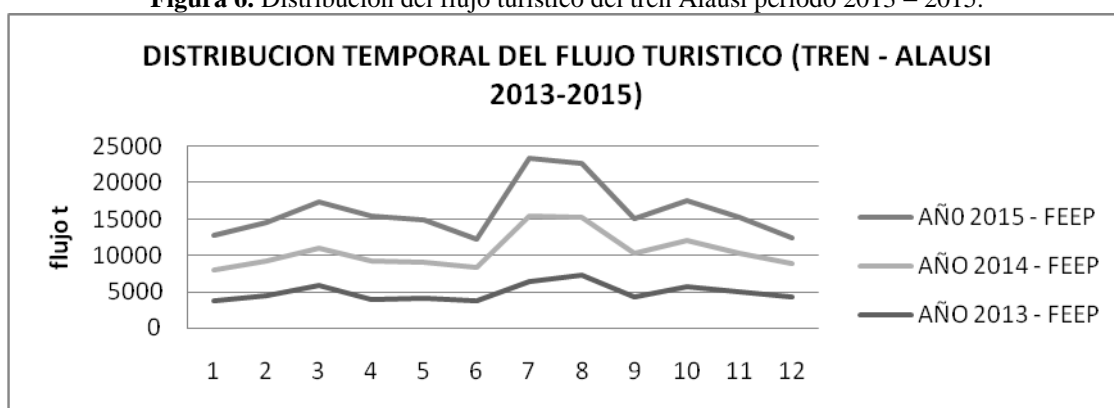
Tabla 6 Análisis de la demanda turística del tren Alausí Nariz del Diablo 2013 -2015

FEEP 2013-2015	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
TOTAL	12849	14611	17368	15450	15002	12305	23417	22634	15070	17514	15307	12411	193938

FUENTE: FEEP 2013, 2014, 2015.

El cantón en la ruta del tren interviene a través de productos y servicios que se encuentran en sus estaciones como cafeterías, refugios, museos, plazas artesanales. Para la determinación de la temporalidad turística (Figura 6) se analizó los datos de obtenidos en el periodo 2013 – 2015.

Figura 6. Distribución del flujo turístico del tren Alausí periodo 2013 – 2015.

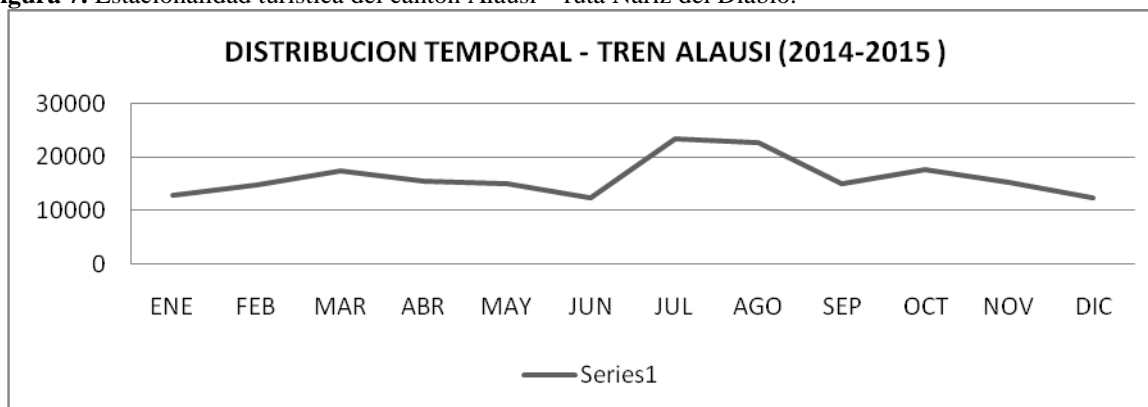


Fuente: FEEP

Elaborado: Equipo investigador

En el periodo 2014-2015 el flujo turístico en la ruta del tren en el cantón fue de 134338 personas (Figura 7).

Figura 7. Estacionalidad turística del cantón Alausí – ruta Nariz del Diablo.



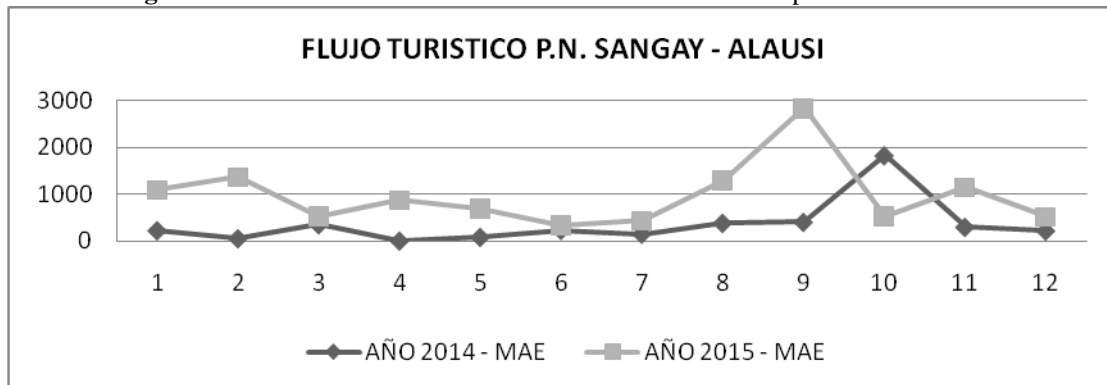
Elaborado: Equipo investigador

La estacionalidad turística se definió de acuerdo a la afluencia turística de los tres últimos años de personas que viajaron a través de la ruta Alausí - Nariz del Diablo y se tiene como resultados de la temporalidad turística la alta los meses de julio, agosto, septiembre, octubre, temporalidad media los meses de febrero, marzo, abril, noviembre y la baja los meses de diciembre, enero, mayo, junio, la temporada alta coincide con las vacaciones y verano, la temporada media coincide con los feriados de carnaval y el día de los difuntos.

Determinación de la estacionalización de la demanda turística en el PNS periodo 2014-2015. En el periodo 2014-2015, se tuvo un ingreso de turistas al de 15785, debido al fortalecimiento de la promoción turística del MAE y del GAD Alausí, con la realización de eventos turísticos culturales en los meses de septiembre y

octubre, los resultados de la estacionalización de la demanda turística en áreas naturales protegidas se muestran en la Figura 8

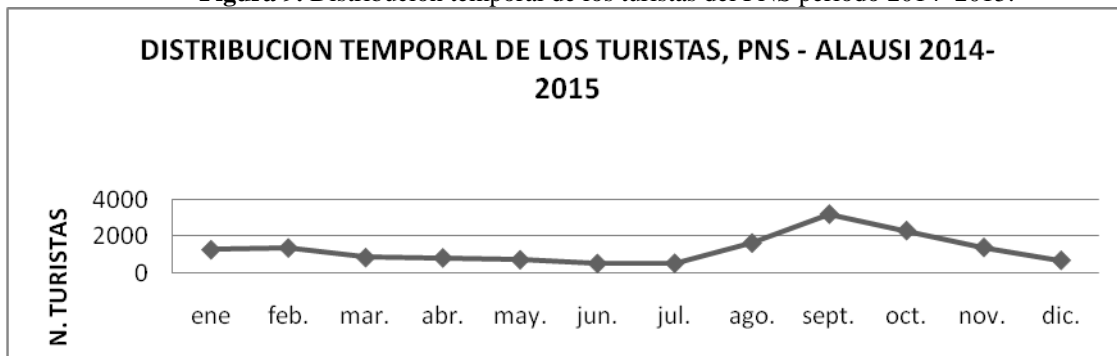
Figura 8. Estacionalización de la demanda turística en el PNS periodo 2014-2015.



Elaborado: Equipo investigador

Los resultados de la distribución temporal de los turistas del PNS se muestran en la Figura 9.

Figura 9. Distribución temporal de los turistas del PNS periodo 2014–2015.



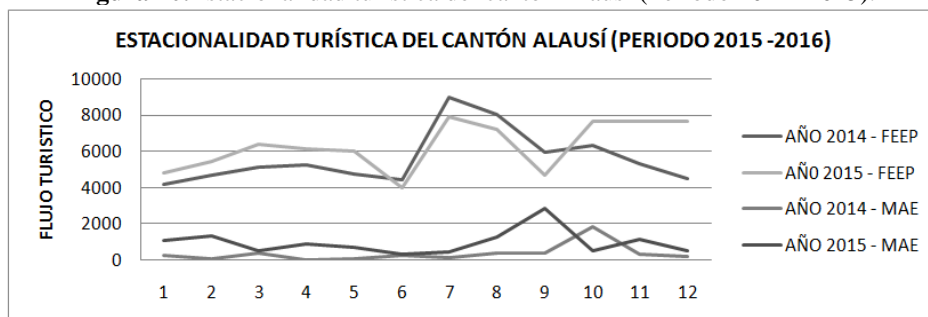
Elaborado: Equipo investigador

Los resultados de la distribución temporalidad analizada del PNS por mes del año se muestra que la temporada Alta está definida en los meses de agosto, septiembre, octubre, noviembre, la media los meses de enero, febrero, marzo, abril y la baja en los meses de diciembre, mayo, junio, julio. La temporada alta se ve fortalecida por la presencia de turistas y visitantes por la temporada de vacaciones, el feriado de los difuntos y la organización del festival turístico cultural anual del Cuviví que se lo realiza en el PNS, el segundo atractivo más potencial del cantón.

Determinación de la estacionalidad turística del cantón Alausí (periodo 2015 -2016).

La determinación de la estacionalización turística se basó en el análisis en los años 2014 – 2015 con una afluencia de 159128 turistas y visitantes, por los puntos de registro e información a través del monitoreo de las instituciones públicas como el MAE y FEEP, datos que han permitido definir la estacionalidad de las temporadas a partir de los meses del año (Figura 10) los resultados de la estacionalidad turística del cantón.

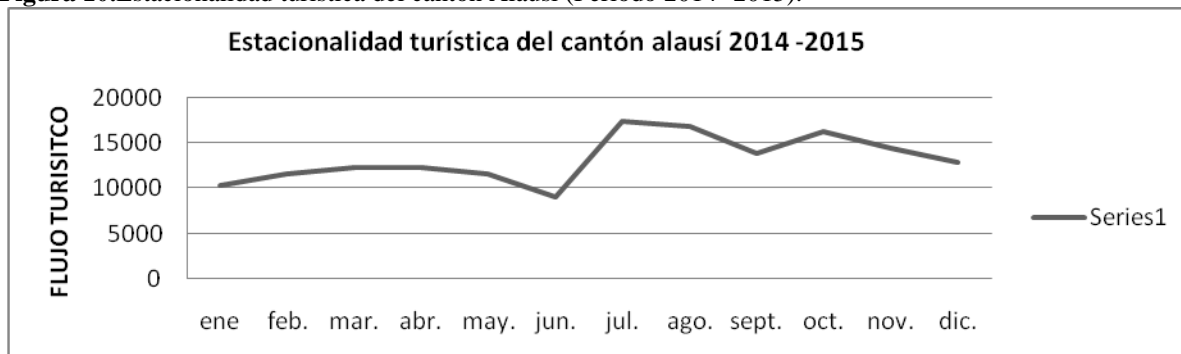
Figura 10. Estacionalidad turística del cantón Alausí (Periodo 2014 -2015).



Elaborado: Equipo investigador

El flujo de los años 2014, 2015 es de 159128 personas que llegaron por la ruta del tren y PNS los resultados de la estacionalidad turística se definió en la temporada Alta los meses de julio, agosto, octubre, noviembre, la Media los meses de marzo, abril, septiembre y diciembre y la temporada Baja los meses de enero, febrero, mayo, junio (Figura 10).

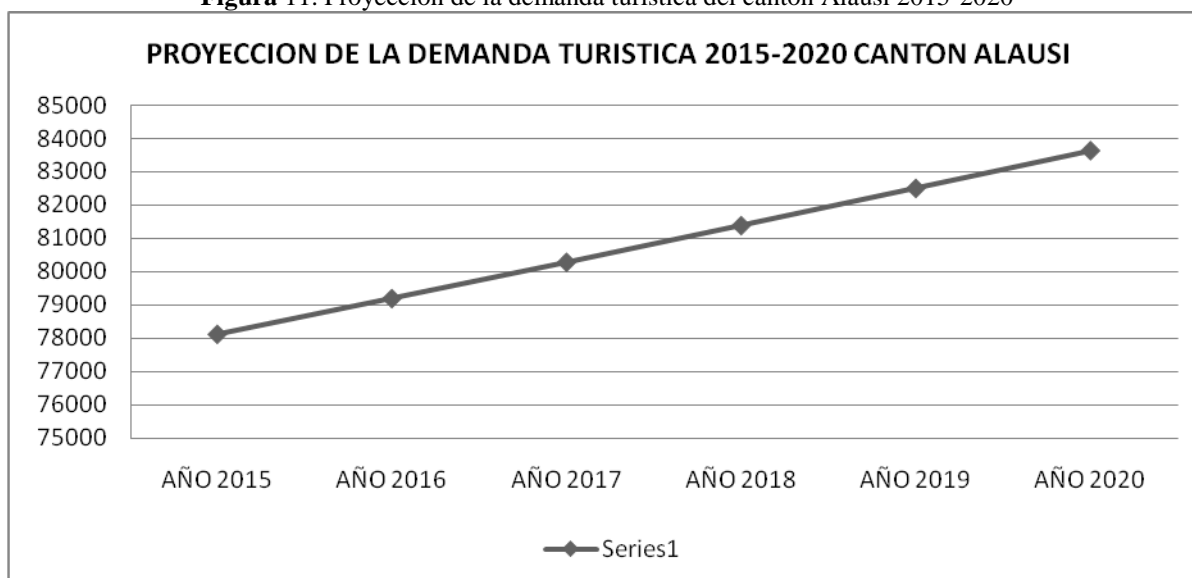
Figura 10. Estacionalidad turística del cantón Alausí (Periodo 2014 -2015).



Elaborado: Equipo investigador

Proyección de la demanda turística del cantón Alausí. Para la determinación de la Proyección de la demanda se consideró el 1,37% que es la tasa de crecimiento del Ecuador (2014 est), debido a la desaceleración económica que se da desde el año 2015, según la proyección hasta el 2020 se espera la llegada de 407007 turistas y visitantes (Figura 11).

Figura 11. Proyección de la demanda turística del cantón Alausí 2015-2020



Fuente: FEEP, MAE.

Elaborado: Equipo investigador

IV. DISCUSIÓN

En la investigación realizada por Nieto (2000) con la Estacionalidad de la demanda de turismo en Argentina se analiza la estacionalidad turística en la provincia de Almería durante el periodo 1980-1988, la medición de la estacionalidad premisa la determinación de opciones en la estacionalización de la demanda turística y la estacionalidad de la demanda turística en Andalucía y Almería análisis y comparativa, han contribuido a fortalecer las similitudes en los resultados de la investigación, sin embargo se contrarrestan en que la estacionalidad del turismo se ha ido distribuyendo más uniforme a lo largo de los meses del año en la localidad de Almería y en el caso Alausí se ve una estacionalidad marcada en ciertos meses de los años en análisis las misma que se aplica una proyección hasta el 2020.

En la investigación de Guerrero 2009 se analiza el mercado turístico determinando el perfil del turista que llega en términos de su satisfacción de las oferta del mercado en un periodo de cinco años observando una tendencia a la baja variedad de razones como la contaminación de la bahía, costos de peaje tanto de la Autopista

del Sol, como del atracadero en el muelle, campañas de desprestigio, infraestructura insuficiente e inadecuada a diferencia de la presente investigación que analiza datos de periodos de dos y tres años observando tendencias a la baja y determinando en estos periodos temporadas altas medias y bajas durante el año debido a inversiones que se han desarrollado en el cantón en proyectos de promoción-difusión, fomento de eventos culturales e inversiones en infraestructura a más de ello también se analiza la oferta turística en cuanto a los diferentes servicios.

V. CONCLUSIONES

La oferta turística en Alausí está constituida por 55 atractivos turísticos, lo que representa un potencial turístico ya que el 29% tienen jerarquía III, presentando la fortaleza del 65% en manifestaciones culturales con una proyección de fortalecimiento de la línea de producto de turismo cultural. El catastro turístico está constituido por 44 establecimientos cuya ubicación está concentrada en el 90% en el sector urbano, por otro lado el 50% son locales de alimentos y bebidas con 284 mesas y una capacidad de 1136 plazas, el 38.64% alojamiento en tercera y cuarta categoría, registrando 206 habitaciones con 403 camas y una capacidad de 441 plazas, el 4.5% agencias de viaje y el mismo valor para balnearios y un 2.27 % de TC.

Entre el 2014 y 2015 se tuvo un ingreso de turistas al PNS de 15785, debido al fortalecimiento de la promoción turística del GADMC Alausí, MAE y GADPCH con la realización del festival turístico cultural anual del Cuviví en PNS en septiembre y octubre, presentando coincidencia también con las vacaciones de verano y la temporada media coincide con los feriados de carnaval, los difuntos. La proyección de la demanda para el año 2020 es de 407007 turistas lo que representa que se deben mejorar la capacidad y la calidad de la prestación de los servicios para cubrir la demanda turística futura, con ello se generó indicadores de la oferta y demanda turística, representando la base de datos que servirá como herramienta para iniciar un proceso de planificación técnica e información importante.

VI. RECOMENDACIONES

Fortalecer y retroalimentar la línea de base de indicadores turísticos, la base de datos e información de ingresos de turistas a partir de los resultados obtenidos en la investigación a partir de la una propuesta de planificación estratégica que proyecte a la gestión turística al proceso de gestión por resultados.

Socializar con los prestadores de servicios turísticos de Alausí la presente investigación para que puedan mejorar el servicio entorno a la calidad de acuerdo a las diferentes temporadas que se establecieron. De la presente investigación se derivan investigaciones de seguimiento de la tendencia de crecimiento y disminución de flujos turísticos en el cantón en relación a los niveles provincial, zonal, nacional e internacional que se deberían ejecutar.

BIBLIOGRAFÍA

- [1]. Ayres F, 1991. Matemáticas financieras, editorial, Mc Graw Hill México.
- [2]. Bermúdez. A, 2002, Módulo de formación, generalidades del turismo, San José.
- [3]. Sociedad Estatal para la gestión de la innovación y las tecnologías turísticas, S.A. (SEGITTUR).
- [4]. FEET, 2015. Estadísticas turísticas del Tren Ecuador.
- [5]. FEET, 2015. Rendición de cuentas.
- [6]. GAD Alausí, 2015. Plan de turismo para el buen vivir del cantón Alausí, diseño editorial Esteban Garcés, Alausí.
- [7]. GADP Pistishí (2015). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial.
- [8]. Guerrero M. 2009 El mercado turístico de Acapulco: estudio del perfil de los turistas, Universidad de la Coruña, Universidad de la Habana, Acapulco. México.
- [9]. Herrera R, 2012 Los productos turísticos sostenibles y su incidencia en el desarrollo ecoturístico del centro de turismo comunitario Rumipungo comunidad totoras parroquia achupallas cantón Alausí provincia de Chimborazo“. Universidad técnica estatal de Quevedo.
- [10]. Instituto nacional de patrimonio cultural ecuator, (2010) guía de bienes culturales del Ecuador, provincia de Chimborazo, Quito, Ediecuatorial, INPC
- [11]. MINTUR, 2015. Catastro turístico de establecimientos turísticos, Alausí
- [12]. MINTUR, 2015. La experiencia turística en el Ecuador, cifras esenciales de turismo interno y receptor, Quito.
- [13]. MINTUR, 2015. Principales indicadores de turismo, Quito.
- [14]. Nieto J, 2000. Revista de humanidades y ciencias sociales, Universidad de Almería.
- [15]. Lizárraga O. (2013), Flujo y perfil del mercado turístico nacional en Mazatlán, Sinaloa durante el periodo 2012-2013
- [16]. OMT, 2005. Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos, Madrid, España.
- [17]. Reportes de estudios industriales se encuentran disponibles en la sección Publicaciones de la página web de ESPAE, en el enlace <http://www.espae.espol.edu.ec/publicaciones-de-espae/>
- [18]. Zapata M. Herrera R. 2013 IICA, Plan de turismo para el buen vivir de la provincia Chimborazo OAE, Programa agricultura, territorios y bienestar rural, GADPCH, Riobamba.