



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS

NATURALES

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

**“IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS
TURÍSTICOS PARA EL CANTÓN PUJILÍ”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de
Licenciados en Turismo

Autores:

Parra Rivera Dennis Jefferson
Ramírez Vega Jessica Jackelin

Tutora:

Rodas Vinueza Daniela Alejandra

LATACUNGA – ECUADOR

Febrero 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Parra Rivera Dennis Jefferson, con cédula de ciudadanía No. 1724936941 y Ramírez Vega Jessica Jackelin, con cédula de ciudadanía No. 1205469636, declaramos ser autor y autora del presente proyecto de investigación: “Identificación y elaboración de productos turísticos para el cantón Pujilí”, siendo la Ingeniera Daniela Alejandra Rodas Vinueza, M.Sc. Tutora del presente trabajo; y, eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certificamos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

Latacunga, 14 de febrero del 2023



Dennis Jefferson Parra Rivera
Estudiante
CC: 1724936941



Jessica Jackelin Ramírez Vega
Estudiante
CC: 1205469636



Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, M.Sc.
Docente Tutora
CC: 1722220868

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **PARRA RIVERA DENNIS JEFFERSON**, identificado con cédula de ciudadanía **1724936941** de estado civil soltero, a quien en lo sucesivo se denominará **EL CEDENTE**; y, de otra parte, el Doctor Cristian Fabricio Tinajero Jiménez, en calidad de Rector, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - EL CEDENTE es una persona natural estudiante de la carrera de Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “Identificación y elaboración de productos turísticos para el cantón Pujilí”, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: Marzo 2019 - Agosto 2019

Finalización de la carrera: Octubre 2022 – Marzo 2023

Aprobación en Consejo Directivo: 30 de Noviembre del 2022

Tutor: Ingeniera Daniela Alejandra Rodas Vinueza, M.Sc.

Tema: “Identificación y elaboración de productos turísticos para el cantón Pujilí”

CLÁUSULA SEGUNDA. - LA CESIONARIA es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

CLÁUSULA TERCERA. - Por el presente contrato, **EL CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

CLÁUSULA CUARTA. - OBJETO DEL CONTRATO: Por el presente contrato **EL CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

CLÁUSULA QUINTA. - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **EL CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

CLÁUSULA SEXTA. - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD. - Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **EL CEDENTE** podrá utilizarla.

CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - **LA CESIONARIA** podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **EL CEDENTE** en forma escrita.

CLÁUSULA NOVENA. - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

CLÁUSULA DÉCIMA. - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

CLÁUSULA UNDÉCIMA. - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 14 días del mes de febrero del 2023.

Dennis Jefferson Parra Rivera
EL CEDENTE

Dr. Fabricio Tinajero Jiménez
LA CESIONARIA

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **RAMÍREZ VEGA JESSICA JACKELIN**, identificada con cédula de ciudadanía **1205469636** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, el Doctor Cristian Fabricio Tinajero Jiménez, en calidad de Rector, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - **LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “Identificación y elaboración de productos turísticos para el cantón Pujilí”, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: Marzo 2019 - Agosto 2019

Finalización de la carrera: Octubre 2022 – Marzo 2023

Aprobación en Consejo Directivo: 30 de Noviembre del 2022

Tutor: Ingeniera Daniela Alejandra Rodas Vinueza, M.Sc.

Tema: “Identificación y elaboración de productos turísticos para el cantón Pujilí”

CLÁUSULA SEGUNDA. - **LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

CLÁUSULA TERCERA. - Por el presente contrato, **LA CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

CLÁUSULA CUARTA. - OBJETO DEL CONTRATO: Por el presente contrato **LA CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- f) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- g) La publicación del trabajo de grado.
- h) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- i) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- j) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

CLÁUSULA QUINTA. - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **LA CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

CLÁUSULA SEXTA. - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD. - Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **LA CEDENTE** podrá utilizarla.

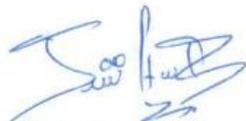
CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - **LA CESIONARIA** podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **LA CEDENTE** en forma escrita.

CLÁUSULA NOVENA. - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

CLÁUSULA DÉCIMA. - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

CLÁUSULA UNDÉCIMA. - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 14 días del mes de febrero del 2023.



Jessica Jackelin Ramírez Vega
LA CEDENTE

Dr. Fabricio Tinajero Jiménez
LA CESIONARIA

AVAL DE LA TUTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutora del Proyecto de Investigación con el título:

“IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL CANTÓN PUJILÍ”, de Parra Rivera Dennis Jefferson y Ramírez Vega Jessica Jackelin, de la carrera de Licenciatura en Turismo, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del Aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la Pre defensa.

Latacunga, 14 de febrero del 2023



Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, M.Sc.

DOCENTE TUTORA

CC: 1722220868

AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, los postulantes: Parra Rivera Dennis Jefferson y Ramírez Vega Jessica Jackelin, con el título del Proyecto de Investigación: "IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL CANTÓN PUJILÍ", han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 14 de febrero del 2023



Lector 1 (Presidente)

Ing. Sara Alejandra Armijos Ango, M.Sc.
CC: 1803993995



Lector 2

Lcda. Norma Lucía Benavides Zura, Mg.
CC: 1002669644



Lector 3

Lic. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula, Mg.
CC: 1103989669

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por haberme dado la fortaleza y sabiduría de seguir adelante y nunca rendirme ante ningún obstáculo. Doy gracias a mi padre, Bening Parra y a mi madre, Mercedes Rivera por haberme dado tanto la vida como el apoyo moral y económico durante toda mi vida universitaria, asimismo agradezco a mi hermana y pareja que de igual manera me han ayudado moralmente para no decaer nunca, también a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a la Carrera de Turismo, por haberme formado como profesional.

A mi tutora de tesis, Ing. Alejandra Rodas que ha tenido esa paciencia y amabilidad de compartir sus conocimientos, para la elaboración del presente proyecto de investigación.

Por último, a todas las personas que han influido de manera muy positiva en mi vida.

Dennis Jefferson Parra Rivera

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme guiado mi camino, facilitándome fuerzas para seguir adelante. Mi hija Nayeli Culqui que ha sido mi pilar fundamental y mis ganas de superación y constancia. Mi familia que me han estado apoyando con sus palabras de aliento y así no decaer, y finalmente a mi pareja que ha estado conmigo siempre guiando mis pasos durante todo este proceso de aprendizaje de mi carrera universitaria.

A mi tutora de tesis, Ing. Alejandra Rodas que ha tenido la paciencia de impartir todos sus conocimientos y así poder culminar con la tesis.

Jessica Jackelin Ramírez Vega

DEDICATORIA

En primer lugar, dedico este trabajo a Dios, quien ha bendecido cada uno de mis pasos que he tomado durante toda mi vida universitaria, permitiéndome así llegar hasta esta instancia.

A mis padres Bening Parra y Mercedes Rivera, por ser los pilares fundamentales en mi vida y guiarme por el camino del bien. A ellos porque son las dos personas que con su gran esfuerzo han logrado que cumpla uno de mis mayores metas.

Además, a mi hermana Jennifer Parra, mi pareja Jessica Ramírez, mis abuelitos Ángel Rivera y Elena Cumbajín, quienes con sus consejos me han motivado a nunca darme por vencido a absolutamente nada, sino más bien a siempre seguir adelante.

Por último, a mi mascota Juguetón que siempre estuvo conmigo animándome.

Dennis Jefferson Parra Rivera

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi hija y a toda mi familia, especialmente a mis padres Luis Ramírez y Jaqueline Vega quienes han guiado mi vida universitaria durante todo este trayecto.

También a mis hermanos Nicole Ramírez y Leandro Ramírez, asimismo a mi pareja Dennis Parra, quienes siempre me han motivado y apoyado para seguir adelante, logrando cumplir mi mayor sueño y meta.

Jessica Jackelin Ramírez Vega

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

**TÍTULO: “IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS
PARA EL CANTÓN PUJILÍ”**

AUTORES: Parra Rivera Dennis Jefferson
Ramírez Vega Jessica Jackelin

RESUMEN

La presente investigación se realizó en el cantón Pujilí perteneciente a la provincia de Cotopaxi, zona que cuenta con varios sitios naturales y manifestaciones culturales, donde el proyecto tuvo como objetivo general elaborar productos turísticos del cantón Pujilí, a través de las metodologías propuestas, para ser difundidos mediante el University Tourism Center; por ende, para el cumplimiento del primer objetivo se basó de la técnica de análisis documental para encontrar información de los atractivos turísticos existentes dentro del sector, mediante fuentes primarias y secundarias (página web, libros, artículos científicos, revistas y archivos respecto al tema) del Ministerio de Turismo y del GAD Municipal del cantón Pujilí, además se usó la técnica de salidas de campo tanto al GAD del cantón como a los diversos atractivos, consiguiendo como resultado 34 atractivos, para posteriormente validar la información gracias a los instrumentos de las fichas del MINTUR y el Check list de cada atractivo, además se empleó la técnica de entrevista no estructurada a los actores clave, logrando identificar 5 nuevos atractivos, obteniendo como resultado final 38 atractivos turísticos, debido a que 1 ya no existe. Para el cumplimiento del segundo objetivo se basó de la técnica del análisis documental del PDOT del cantón, así como del Manual para la Planificación de Productos Turísticos del MINCETUR, conjuntamente con las técnicas de salidas de campo y de una encuesta hacia el turista, logrando como resultado el diseño de un producto turístico que en este caso fue una ruta de dos días denominada “Ruta turística aventura, paisaje y cultura del cantón Pujilí”, compuesta por 10 atractivos (5 sitios naturales y 5 manifestaciones culturales) y en la que se realizan actividades como: cabalgatas, escalada en roca, cicloturismo, senderismo y la degustación de platos típicos. Por último, para el tercer objetivo se creó varias estrategias de promoción y difusión con las técnicas tanto de visitas in situ como del focus group que permitieron el desarrollo de las Matrices FODA, MEFI, MEFE y FODA estratégico, obteniendo como resultado 5 estrategias ofensivas, 5 de adaptación, 3 de supervivencia y 1 defensiva, para posteriormente proponer un Plan de Acción con las 4 mejores estrategias conseguidas del FODA estratégico.

Palabras clave: Productos turísticos, atractivos, ruta turística, estrategias.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES

THEME: “IDENTIFICATION AND ELABORATION OF TOURIST PRODUCTS FOR THE PUJILÍ CANTON”

AUTHORS: Parra Rivera Dennis Jefferson
Ramírez Vega Jessica Jackelin

ABSTRACT

This research was conducted in the canton of Pujilí belonging to the province of Cotopaxi, an area that has several natural sites and cultural manifestations, where the project is general objective was to develop tourism products of the canton of Pujilí, through the proposed methodologies, to be disseminated through the University Tourism Center; therefore, for the fulfillment of the first objective, it was based on the technique of documentary analysis to find information of the existing tourist attractions within the sector, through primary and secondary sources (web page, books, scientific articles, magazines and archives on the subject) of the Ministry of Tourism and the Municipal Government of the canton of Pujilí, in addition, the technique of field trips was used both to the canton is GAD and to the various attractions, resulting in 34 attractions, to later validate the information thanks to the MINTUR data sheets and the Check list of each attraction, and the technique of unstructured interviews with key actors was also used, identifying 5 new attractions, resulting in 38 tourist attractions, because 1 no longer exists. For the fulfillment of the second objective was based on the technique of documentary analysis of the PDOT of the canton, as well as the Manual for the Planning of Tourism Products of MINCETUR, together with the techniques of field trips and a survey to the tourist, achieving as a result the design of a tourism product that in this case was a two days route called "Tourist route adventure, landscape and culture of the canton Pujilí", composed of 10 attractions (5 natural sites and 5 cultural manifestations) and in which activities such as: horseback riding, rock climbing, cycling, hiking and tasting of typical dishes. Finally, for the third objective, several promotion and dissemination strategies were created with the techniques of both on sites visits and focus groups that allowed the development of the SWOT, MEFI, MEFE and strategic SWOT matrices, resulting in 5 offensive strategies, 5 adaptation strategies, 3 survival strategies and 1 defensive strategy, to subsequently propose an Action Plan with the 4 best strategies obtained from the strategic SWOT.

Keywords: Tourism products, attractions, tourist route, strategies.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR	iii
AVAL DE LA TUTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	vii
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	viii
AGRADECIMIENTO	ix
DEDICATORIA	xi
RESUMEN	xiii
ABSTRACT.....	xiv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xv
ÍNDICE DE APÉNDICES.....	xix
ÍNDICE DE TABLAS	xx
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxiii
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	3
3.1. Directos	3
3.2. Indirectos.....	4
4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
5. OBJETIVOS	5
5.1. Objetivo general	5
5.2. Objetivos específicos.....	5
6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	6
7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....	7
7.1. Marco legal.....	7
7.2. Reglamento de actividades turísticas	8
7.2.1. Alojamiento turístico	9
7.2.2. Alimentos y bebidas.....	10
7.2.3. Transporte terrestre turístico	11
7.2.4. Guianza turística	13
7.2.5. Centros de turismo comunitario.....	14
7.2.6. Operación e intermediación turística	15
7.3. Turismo en el Ecuador	16
7.4. Tipos de turismo en el Ecuador.....	17

7.4.1.	Turismo de sol y playa.....	18
7.4.2.	Turismo comunitario.....	18
7.4.3.	Turismo cultural.....	18
7.4.4.	Ecoturismo	19
7.4.5.	Turismo de aventura	19
7.4.6.	Agroturismo	19
7.4.7.	Turismo ecuestre.....	20
7.5.	Planta turística.....	20
7.5.1.	Alojamiento.....	20
7.5.2.	Alimentos y bebidas.....	21
7.5.3.	Transporte	21
7.5.4.	Ocio y recreación	21
7.5.5.	Agencia de viajes	21
7.5.6.	Guías de turismo	22
7.6.	Inventario de atractivos turísticos	22
7.6.1.	Guía para el levantamiento de atractivos turísticos de Ecuador del MINTUR..	22
7.6.1.1.	Etapas I: Realización del inventario de atractivos turísticos	23
7.6.1.1.1.	Fase I: Levantamiento y registro de atractivos turísticos.....	23
7.6.1.1.2.	Fase II: Ponderación y jerarquización	23
7.6.1.1.3.	Fase III: Sistematización geográfica de las fichas	25
7.6.1.2.	Etapas II: Generación de espacios turísticos.....	26
7.6.1.2.1.	Fase I: Identificación de atractivos.....	26
7.6.1.2.2.	Fase II: Tipificación de espacios turísticos	26
7.6.2.	Clasificación de atractivos turísticos	27
7.6.2.1.	Categoría	27
7.6.2.2.	Tipo	27
7.6.2.3.	Subtipo	27
7.6.3.	Sitios naturales	27
7.6.3.1.	Categoría	27
7.6.3.2.	Tipo	28
7.6.3.3.	Subtipo	28
7.6.4.	Manifestaciones culturales.....	28
7.6.4.1.	Categoría	28
7.6.4.2.	Tipo	28
7.6.4.3.	Subtipo	28

7.7.	Manual para la Planificación de Productos Turísticos del MINCETUR	29
7.7.1.	Producto turístico	29
7.7.2.	Componentes del producto turístico	29
7.7.3.	Pasos para el diseño de productos turísticos	29
7.7.3.1.	Análisis del destino	29
7.7.3.2.	Conceptualización del producto turístico	30
7.7.3.3.	Diseño del producto turístico	31
7.7.3.4.	Plan de acción para el desarrollo del producto turístico.....	31
7.8.	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial	32
7.9.	Estrategias de promoción y difusión	32
7.9.1.	Medios para la promoción y difusión	33
7.9.1.1.	Vídeo promocional.....	33
7.9.1.2.	Tríptico	33
7.9.1.3.	Podcast	33
7.9.1.4.	Televisión	34
7.9.1.5.	Radio	34
7.9.1.6.	Afiches	34
7.9.1.7.	Periódico.....	34
7.9.1.8.	Página web	34
7.10.	FODA	35
7.10.1.	MEFI.....	35
7.10.2.	MEFE.....	36
7.10.3.	FODA estratégico	36
8.	VALIDACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA.....	37
9.	METODOLOGÍA.....	37
9.1.	Objetivo 1: Validar el inventario de atractivos turísticos existentes en el cantón, mediante fuentes primarias y secundarias, generando una base de datos	37
9.1.1.	Método	38
9.1.2.	Técnicas	38
9.2.	Objetivo 2: Diseñar productos turísticos del cantón, en función de los planes de desarrollo y la realidad de los territorios.....	41
9.2.1.	Métodos.....	42
9.2.2.	Técnicas	43
9.3.	Objetivo 3: Crear estrategias de promoción y difusión, mediante el University Tourism Center.....	44
9.3.1.	Método	44

9.3.2.	Técnicas	45
10.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	48
10.1.	Validación del inventario de atractivos turísticos.....	49
10.1.1.	Sitios naturales	49
10.1.2.	Manifestaciones culturales.....	50
10.1.3.	Check list	53
10.1.3.1.	Atractivos nuevos.....	53
10.1.3.2.	Total de atractivos turísticos	53
10.2.	Diseño del producto turístico.....	58
10.2.1.	Análisis del destino	58
10.2.1.1.	Delimitación del destino turístico	58
10.2.1.1.1.	Parroquia Urbana.....	58
10.2.1.1.2.	Parroquias Rurales.....	58
10.2.1.1.3.	Accesibilidad	59
10.2.1.1.3.1.	Transporte al interior de Pujilí.....	59
10.2.1.1.3.2.	Transporte interprovincial	60
10.2.1.1.3.3.	Transporte inter-parroquial, para barrios y comunidades.....	63
10.2.1.1.3.4.	Transporte para centros poblados	64
10.2.1.1.3.5.	Servicio de taxis.....	65
10.2.1.1.3.6.	Transporte de camionetas	65
10.2.1.1.4.	Atractivos turísticos.....	65
10.2.1.1.5.	Actividades	66
10.2.1.1.6.	Servicios directamente relacionados con la actividad turística	66
10.2.1.1.6.1.	Alojamiento	67
10.2.1.1.6.2.	Alimentos y bebidas	67
10.2.1.1.6.3.	Transporte turístico.....	68
10.2.1.1.6.4.	Centro de turismo comunitario	68
10.2.1.1.6.5.	Guías turísticos	69
10.2.1.1.6.6.	Ocio y recreación.....	70
10.2.1.1.7.	Servicios básicos.....	70
10.2.1.2.	Análisis del mercado turístico y las inversiones	71
10.2.1.2.1.	Análisis de la demanda turística	71
10.2.1.2.2.	Perfil del turista	71
10.2.1.2.3.	Análisis de la oferta turística	72
10.2.1.2.3.1.	Atractivos turísticos.....	72

10.2.1.2.3.2.	Planta turística	73
10.2.1.2.3.3.	Actividades turísticas.....	74
10.2.1.2.4.	Análisis de las inversiones (públicas y privadas)	74
10.2.2.	Conceptualización del producto turístico.....	75
10.2.3.	Diseño del producto turístico	76
10.2.3.1.	Descripción detallada del producto turístico	76
10.2.3.2.1.	Atractivos turísticos.....	77
10.2.3.2.2.	Planta turística	84
10.2.3.2.3.	Actividades	85
10.2.3.2.4.	Itinerario	86
10.2.3.2.5.	Mapa de la ruta turística	87
10.2.3.2.6.	Guión	88
10.2.3.2.7.	Costos	93
10.3.	Creación de estrategias de promoción y difusión.....	94
10.3.1.	Matriz FODA	94
10.3.2.	Matriz MEFI	95
10.3.3.	Matriz MEFE	96
10.3.4.	Matriz FODA estratégico.....	97
10.3.5.	Propuesta del Plan de Acción	99
11.	IMPACTOS	102
11.1.	Impactos técnicos	102
11.2.	Impactos sociales.....	102
12.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	102
13.	PRESUPUESTO DEL PROYECTO	105
14.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	105
14.1.	Conclusiones.....	105
14.2.	Recomendaciones	106
15.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	108
16.	APÉNDICES.....	115

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice 1	Aval de traducción.....	115
Apéndice 2	Hojas de vida del equipo de investigadores.....	116
Apéndice 3	Fichas.....	119
Apéndice 4	Encuestas	165
Apéndice 5	Cuadros de proveedores de alimentos y bebidas, alojamiento y actividades	181

Apéndice 6 Fotografías	187
------------------------------	-----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Beneficiarios directos	3
Tabla 2 Beneficiarios indirectos	4
Tabla 3 Sistematización de tareas	6
Tabla 4 Criterios de evaluación para atractivos	23
Tabla 5 Ponderación de atractivos	24
Tabla 6 Jerarquización de atractivos.....	25
Tabla 7 Matriz FODA.....	35
Tabla 8 Guía para el levantamiento de atractivos turísticos de Ecuador del MINTUR	37
Tabla 9 Cronograma de salidas de campo	39
Tabla 10 Manual para la Planificación de Productos Turísticos del MINCETUR.....	42
Tabla 11 Cronograma de salidas de campo	44
Tabla 12 Cronograma de visitas in situ.....	45
Tabla 13 Matriz FODA.....	46
Tabla 14 Matriz MEFI	46
Tabla 15 Matriz MEFE.....	47
Tabla 16 Matriz FODA estratégico.....	47
Tabla 17 Plan de Acción.....	48
Tabla 18 Sitios naturales.....	50
Tabla 19 Manifestaciones culturales.....	50
Tabla 20 Atractivos nuevos	53
Tabla 21 Total de atractivos turísticos	54
Tabla 22 Total de atractivos turísticos basados en el “Check list”	54
Tabla 23 Transporte al interior de Pujilí.....	59
Tabla 24 Transporte interprovincial.....	60
Tabla 25 Transporte inter-parroquial, para barrios y comunidades.....	63
Tabla 26 Transporte para centros poblados	64
Tabla 27 Servicio de taxis.....	65
Tabla 28 Transporte de camionetas	65
Tabla 29 Atractivos turísticos	66
Tabla 30 Alojamiento	67
Tabla 31 Alimentos y bebidas.....	67
Tabla 32 Transporte turístico	68
Tabla 33 Centro de turismo comunitario	68
Tabla 34 Guías turísticos	69
Tabla 35 Ocio y recreación.....	70
Tabla 36 Perfil del turista según las encuestas.....	71
Tabla 37 Análisis de la planta turística	73
Tabla 38 Categorías	73
Tabla 39 Análisis de las inversiones.....	74
Tabla 40 Conceptualización del producto turístico	75
Tabla 41 Establecimientos de planta turística tomados para la ruta turística	84
Tabla 42 Establecimientos de actividades para la ruta turística	85
Tabla 43 Día 1.....	86

Tabla 44 Día 2.....	86
Tabla 45 Costos.....	94
Tabla 46 Matriz FODA en base al focus group y al cantón Pujilí.....	95
Tabla 47 Matriz MEFI en base al focus group y al cantón Pujilí.....	96
Tabla 48 Matriz MEFE en base al focus group y al cantón Pujilí.....	97
Tabla 49 Matriz FODA estratégico en base al focus group y al cantón Pujilí.....	98
Tabla 50 Plan de Acción en base al focus group y al cantón Pujilí.....	100
Tabla 51 Cronograma de actividades.....	102
Tabla 52 Presupuesto de las estrategias de promoción, difusión y del cantón Pujilí.....	105
Tabla 53 Género.....	167
Tabla 54 Rango de edad.....	168
Tabla 55 Lugar de procedencia.....	169
Tabla 56 Motivo de viaje.....	170
Tabla 57 Grupo de viaje.....	171
Tabla 58 Frecuencia de visita.....	172
Tabla 59 Parroquias más visitadas.....	173
Tabla 60 Días en la localidad.....	174
Tabla 61 Atractivos.....	175
Tabla 62 Modalidad de turismo.....	176
Tabla 63 Actividades que realizan en un atractivo.....	177
Tabla 64 Prestadores de servicios turísticos.....	179
Tabla 65 Gastos.....	180

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Procedimiento del inventario turístico.....	22
Figura 2 Espacio turístico natural.....	26
Figura 3 Espacio turístico cultural.....	27
Figura 4 Género.....	168
Figura 5 Rango de edad.....	169
Figura 6 Lugar de procedencia.....	170
Figura 7 Motivo de viaje.....	171
Figura 8 Grupo de viaje.....	172
Figura 9 Frecuencia de visita.....	173
Figura 10 Parroquias más visitadas.....	174
Figura 11 Días en la localidad.....	175
Figura 12 Atractivos.....	176
Figura 13 Modalidad de turismo.....	177
Figura 14 Actividades que realizan en un atractivo.....	178
Figura 15 Prestadores de servicios turísticos.....	179
Figura 16 Gastos.....	180

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Actores clave.....	40
------------------------------	----

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1 Cantón Pujilí.....	49
---------------------------	----

Mapa 2 Cantón Pujilí	59
Mapa 3 Ruta turística aventura, paisaje y cultura del cantón Pujilí	87

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1 Santuario del Niño de Isinche	77
Fotografía 2 Santuario del Niño de Isinche	77
Fotografía 3 Mirador de Sinchaguasín.....	78
Fotografía 4 Mirador de Sinchaguasín.....	78
Fotografía 5 Hornados y Morcillas de Pujilí.....	78
Fotografía 6 Hornados y Morcillas de Pujilí.....	79
Fotografía 7 Lago Cusco.....	79
Fotografía 8 Lago Cusco.....	79
Fotografía 9 Galerías Artesanales de Tigua.....	80
Fotografía 10 Galerías Artesanales de Tigua.....	80
Fotografía 11 Complejo Montañoso Thzirimatzi	81
Fotografía 12 Complejo Montañoso Thzirimatzi	81
Fotografía 13 Laguna Cóndor Cocha.....	81
Fotografía 14 Laguna Cóndor Cocha.....	82
Fotografía 15 Mirador del Cañón Toachi	82
Fotografía 16 Mirador del Cañón Toachi	82
Fotografía 17 Galería Artesanal Quilotoa.....	83
Fotografía 18 Galería Artesanal Quilotoa.....	83
Fotografía 19 Mirador de Cristal Quilotoa	84
Fotografía 20 Mirador de Cristal Quilotoa	84
Fotografía 21 Salidas de campo.....	187
Fotografía 22 Salidas de campo.....	187
Fotografía 23 Salidas de campo.....	188
Fotografía 24 Salidas de campo.....	188
Fotografía 25 Salidas de campo.....	188
Fotografía 26 Salidas de campo.....	189
Fotografía 27 Salidas de campo.....	189
Fotografía 28 Salidas de campo.....	189
Fotografía 29 Salidas de campo.....	190
Fotografía 30 Salidas de campo.....	190
Fotografía 31 Salidas de campo.....	190
Fotografía 32 Salidas de campo.....	191
Fotografía 33 Salidas de campo.....	191
Fotografía 34 Salidas de campo.....	191
Fotografía 35 Salidas de campo.....	192
Fotografía 36 Salidas de campo.....	192
Fotografía 37 Salidas de campo.....	192
Fotografía 38 Salidas de campo.....	193
Fotografía 39 Salidas de campo.....	193
Fotografía 40 Salidas de campo.....	193
Fotografía 41 Salidas de campo.....	194
Fotografía 42 Salidas de campo.....	194

Fotografía 43 Salidas de campo.....	194
Fotografía 44 Salidas de campo.....	195
Fotografía 45 Salidas de campo.....	195
Fotografía 46 Salidas de campo.....	195
Fotografía 47 Encuesta	196
Fotografía 48 Encuesta	196
Fotografía 49 Encuesta	196
Fotografía 50 Encuesta	197
Fotografía 51 Encuesta	197
Fotografía 52 Encuesta	197
Fotografía 53 Encuesta	198
Fotografía 54 Encuesta	198
Fotografía 55 Encuesta	198
Fotografía 56 Focus group.....	199
Fotografía 57 Focus group.....	199

ÍNDICE DE FICHAS

Ficha 1 Laguna Cóndor Cocha	119
Ficha 2 Lago Cusco	128
Ficha 3 Mirador de Cristal Quilotoa	137
Ficha 4 Cueva Minus Uctu	146
Ficha 5 Cascada Cueva de los Tayos	155
Ficha 6 Ficha del producto turístico.....	164

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Restaurante Remembranzas	181
Cuadro 2 Restaurante Doña Teresita	182
Cuadro 3 Restaurante Karu Ñan	183
Cuadro 4 Hostal Mirador Oro Verde	184
Cuadro 5 La Finca de mi Abuelito.....	185
Cuadro 6 Cycling Store Pujilí	186
Cuadro 7 Lonely Summits	186

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título

Identificación y elaboración de productos turísticos para el cantón Pujilí.

Fecha de inicio

Octubre 2022.

Fecha de finalización

Enero 2023.

Lugar de ejecución

Cantón: Pujilí.

Provincia: Cotopaxi.

Zona: 3.

Institución: Universidad Técnica de Cotopaxi.

Unidad académica: Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales.

Carrera que auspicia: Licenciatura en Turismo.

Proyecto vinculado

University Tourism Center.

Nombres de equipo de investigadores (Apéndice 2)

Tutora de titulación: Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinuesa, M.Sc.

Número de cédula: 1722220868

Correo electrónico: daniela.rodas@utc.edu.ec

Número telefónico: 0998019555

Estudiantes:

Autor: Dennis Jefferson Parra Rivera.

Número de cédula: 1724936941

Correo electrónico: dennis.parra6941@utc.edu.ec

Número telefónico: 0979923449

Autora: Jessica Jackelin Ramírez Vega.

Número de cédula: 1205469636

Correo electrónico: jessica.ramirez9636@utc.edu.ec

Número telefónico: 0978656859

Área de conocimiento

Servicios.

Línea de investigación

Planificación y gestión del turismo sostenible.

Sublínea de investigación

Gestión del turismo sostenible.

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

“Ecuador es un país pequeño con una gran biodiversidad tanto de riquezas naturales como de expresiones culturales” (Cordero, 2017, p. 2); por ende el turismo en los últimos años ha ido creciendo, gracias a los distintos atractivos turísticos existentes, consiguiendo gran afluencia de turistas dentro del territorio ecuatoriano, lo cual ha beneficiado al aumento de la economía del país, así como también al desarrollo de más fuentes de empleo para los habitantes, siendo así tanto los sitios naturales como las manifestaciones culturales uno de los motivos más primordiales para realizar el presente proyecto de investigación, con la finalidad de diseñar un producto turístico en el cantón Pujilí, el cual está estructurado por varios atractivos existentes en la zona, específicamente de las parroquias de Pujilí y Zumbahua, debido a que estas son donde más existen atractivos.

Por lo tanto, el presente trabajo de investigación se realizó porque ayudará dar a conocer los distintos sitios naturales y manifestaciones culturales que posee el cantón Pujilí, gracias al diseño de un producto, para posteriormente mediante diferentes estrategias promocionarlo y difundirlo a través de un proyecto de la carrera de Turismo llamado University Tourism Center; por otra parte, dentro de los aportes de los investigadores es la propuesta de crear un nuevo

producto turístico para la zona, consiguiendo así que el cantón sea visto como un lugar importante para quedarse y que los turistas sepan de los atractivos existentes en el sector, pudiendo de esa manera disfrutar de la actividad turística, conjuntamente con su cultura y tradiciones.

Este proyecto de investigación contribuirá a los beneficiarios directos que engloban a los turistas, prestadores de servicios turísticos, University Tourism Center, así como también a los beneficiarios indirectos es decir a los moradores locales del cantón Pujilí, mientras, que gracias a la creación de este producto turístico se ayudará al desarrollo local del cantón Pujilí, por ende, el impacto será positivo, debido a que el presente proyecto puede ser de gran utilidad y servir para futuros proyectos, por la información que se levantó en campo.

Finalmente, en la utilidad práctica del proyecto de investigación fue colaborar con el problema central que es la escasez de productos turísticos dentro del cantón Pujilí, por lo cual se diseñó un nuevo producto turístico para la zona, acorde al perfil del turista, logrando de esa manera que el visitante conozca sobre la oferta turística del sector, específicamente de los atractivos y actividades turísticas.

3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

3.1. Directos

Los beneficiarios directos serán los turistas tanto nacionales como extranjeros que se trasladan al cantón Pujilí, quienes contarán con un producto turístico nuevo y de esta manera podrán tanto conocer la zona como sus atractivos, asimismo se verán beneficiados los 29 prestadores de servicios turísticos, es decir los 16 establecimientos de alimentos y bebidas, 12 de alojamiento y 1 de ocio y recreación, puesto que, al existir un aumento de turistas en la zona, podrán incrementar sus ingresos económicos, también el University Tourism Center, ya que obtendrán información importante acerca de un nuevo producto turístico, así como también de nuevos atractivos turísticos y por último también se beneficiarán los investigadores, debido a que se fortalecerán de más conocimientos.

Tabla 1

Beneficiarios directos

Directos
Turistas
84.376 turistas
77.288 nacionales

7.088 extranjeros
Prestadores de servicios turísticos
Alimentos y bebidas
16 establecimientos
9 bares
7 restaurantes
Alojamiento
12 establecimientos
6 hosterías
4 hostales
1 hotel
1 hacienda turística
Ocio y recreación
1 establecimiento
1 terma y balneario
University Tourism Center
Investigadores
2 personas

Nota: Para los turistas se ha considerado a los que han ingresado especialmente a la Laguna de Quilotoa. Datos tomados de (Sánchez, 2021); (Andrade Oña, 2021); (Chasiluisa, 2016); (Lagla, 2019).

3.2. Indirectos

Los beneficiarios indirectos serán los pobladores del cantón Pujilí, porque se verían motivados a involucrarse en la creación de este producto turístico.

Tabla 2

Beneficiarios indirectos

Indirectos
Cantón Pujilí
69.055 habitantes
36.319 femenino, correspondiendo así al 52,59%
32.736 masculino, equivalente al 47,41%

Nota: Datos tomados de (PDOT Pujilí, 2019).

4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

“En Ecuador la escasez de productos turísticos ha sido un problema para que el turismo progrese, existiendo de esa manera pocos productos creados acorde a las líneas de productos, distribuidos en estrellas, categorías A y B” (Herrera, 2018, pp. 1-56).

Lo cual demuestra que en el país existen escasos productos turísticos, sobresaliendo así las líneas de ecoturismo y turismo de naturaleza en donde están el Parque Nacional Yasuní, la Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, entre otros, mientras que la otra línea es la de turismo cultural en donde destacan Quito y Cuenca, además únicamente hay un sólo producto

estrella que son las Islas Galápagos, teniendo como consecuencia algunos aspectos negativos, entre ellos que el turismo no se desarrolle ni mucho menos crezca en el territorio ecuatoriano debido a los pocos productos, asimismo, bajas fuentes de empleo para las personas inmersas en la actividad turística e inconformidad por parte de los turistas.

“La provincia de Cotopaxi, cuenta con pocos productos turísticos, el más reconocido es el Parque Nacional Cotopaxi” (PDOT Cotopaxi, 2018, p. 107).

Por lo tanto, dentro de la provincia de Cotopaxi existen escasos productos, en donde el más demandado por parte de los turistas es el Parque Nacional Cotopaxi, debido a la variedad de actividades turísticas que se puede efectuar como caminatas, ciclismo, cabalgatas, camping, montañismo, entre otros, pero sobre todo porque dentro del mismo están el Volcán Cotopaxi y la Laguna de Limpiopungo, consiguiendo así captar la atención y la visita de cada turista por todo lo que ofrece esta zona, asimismo este producto se destaca por su amplia diversidad de flora y fauna que posee en su entorno, lo cual se puede evidenciar que los visitantes no toman en cuenta a los demás productos turísticos.

“En el cantón Pujilí el producto turístico más vendido es la Laguna de Quilotoa” (Sánchez, 2021, p. 68).

Por ende, el único producto turístico más demandado y vendido dentro del sector ha sido y sigue siendo en la actualidad la Laguna de Quilotoa, consiguiendo así la entrada tanto de turistas nacionales como de extranjeros, representando 77.288 a nacionales, mientras que 7.088 a extranjeros, de un total de 84.376 para el año 2020, lo cual demuestra que los demás atractivos no son considerados por los visitantes, todo esto gracias a que dentro del cantón Pujilí, el Gobierno Municipal Descentralizado no ha tenido mucho interés por la actividad turística, teniendo como consecuencia que el turista desconozca de las actividades enfocadas al turismo en el sector.

5. OBJETIVOS

5.1. Objetivo general

- Elaborar productos turísticos del cantón Pujilí, a través de las metodologías propuestas, para ser difundidos mediante el University Tourism Center.

5.2. Objetivos específicos

- Validar el inventario de atractivos turísticos existentes en el cantón, mediante

fuentes primarias y secundarias, generando una base de datos.

- Diseñar productos turísticos del cantón, en función de los planes de desarrollo y la realidad de los territorios.
- Crear estrategias de promoción y difusión, mediante el University Tourism Center.

6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Tabla 3

Sistematización de tareas

Objetivo	Actividades	Metodología	Resultados
Validar el inventario de atractivos turísticos existentes en el cantón, mediante fuentes primarias y secundarias, generando una base de datos.	-Revisión bibliográfica. -Recopilar las fichas inventariadas del MINTUR de todos los atractivos del cantón Pujilí. -Realización de salidas de campo para verificar. -Sistematización de la información recopilada. -Identificación de actores clave. -Aplicación de la entrevista no estructurada.	-Guía para el levantamiento de atractivos turísticos de Ecuador del MINTUR.	-Inventario validado.
Diseñar productos turísticos del cantón, en función de los planes de desarrollo y la realidad de los territorios.	-Revisión bibliográfica del PDOT del cantón Pujilí. -Revisión bibliográfica del Manual para la Planificación de Productos Turísticos del MINCETUR. -Análisis del destino. -Conceptualización del producto turístico. -Diseño del producto turístico. -Elaboración de la encuesta. -Realización de salidas de campo para aplicar la encuesta.	-Manual para la Planificación de Productos Turísticos del MINCETUR.	-Producto turístico.
Crear estrategias de promoción y difusión, mediante el University Tourism Center.	-Reunir a un grupo de personas inmersas en los prestadores de servicios turísticos. -Preparar preguntas base para el focus group. -Sistematizar la información en	-Matrices FODA, MEFI, MEFE, FODA estratégico y Plan de Acción.	-Estrategias de promoción y difusión.

la Matriz FODA.
-Ejecución de la Matriz MEFI.
-Realización de la Matriz MEFE.
-Desarrollo de la Matriz FODA
estratégico.
-Selección de estrategias.
-Propuesta del Plan de Acción.

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

7.1. Marco legal

La Ley de Turismo está compuesta tanto por varios capítulos como también distintos artículos.

CAPÍTULO II. DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las que son desarrolladas por personas ya sean naturales o jurídicas, mismas que se enfoquen a la prestación remunerada de modo habitual a ciertas actividades:

- a. Alojamiento.
- b. Servicio de alimentos y bebidas.
- c. Transportación, cuando se dedica primordialmente al turismo; estos pueden ser aéreo, marítimo, fluvial, terrestre e incluso el alquiler de vehículos.
- d. Operación, son las agencias de viajes que provean su propio transporte.
- e. La de intermediación, son las agencias de servicios turísticos y organizadoras de distintos eventos.
- f. Casinos, hipódromos, parques de atracciones, entre otros.

Art. 6.- Los hechos que se celebren para las actividades señaladas en esta ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán ejecutar actividades turísticas a favor de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de las actividades turísticas se requiere tanto poseer el

registro de turismo como la licencia anual de funcionamiento.

Art. 9.- El registro de turismo se basa en la inscripción del prestador de servicio turístico, ya sea persona natural o jurídica, previamente al inicio de actividades y por únicamente una sola vez en el Ministerio de turismo.

Art. 10.- El Ministerio de turismo o los municipios a los cuales esta cartera de estado, concederán a todos los establecimientos turísticos, licencia única anual de funcionamiento; lo que les condescenderá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta ley.
- b. Facilitar publicidad a su categoría.
- c. Que la publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de la instalación o establecimiento.
- d. Que las anotaciones del libro de reclamaciones, puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor.
- e. No tener que sujetarse a la obtención de algún otro tipo de licencia de funcionamiento.

Art. 11.- Los empresarios temporales están en la obligación de conseguir un permiso de funcionamiento.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales capacitadas apetezcan prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de turismo, absolutamente todas las facilidades necesarias para el correcto desarrollo de estas actividades. (MINTUR, 2017, pp. 2-3)

La Ley de Turismo es muy importante para la ejecución del turismo dentro del territorio ecuatoriano, debido a que la misma está compuesta por distintos artículos, normas o reglamentos, que tienen como propósito hacer regir y respetar tanto las obligaciones como los derechos a las personas o servicios inmersos dentro de la actividad turística.

7.2. Reglamento de actividades turísticas

Este reglamento está compuesto por alojamiento turístico, alimentos y bebidas, transporte terrestre turístico, guianza turística, centros de turismo comunitario, operación e

intermediación turística.

7.2.1. Alojamiento turístico

CAPÍTULO III: DE LA CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

Art. 12.- Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura:

- a) Hotel H.
- b) Hostal HS.
- c) Hostería HT.
- d) Hacienda Turística HA.
- e) Lodge L.
- f) Resort RS.
- g) Refugio RF.
- h) Campamento Turístico CT.
- i) Casa de Huéspedes CH.

Art. 13.- Las categorías de los establecimientos de alojamiento turístico según su clasificación son:

Clasificación del establecimiento de alojamiento turístico Categorías asignadas

Hotel 2 estrellas a 5 estrellas.

Hostal 1 estrella a 3 estrellas hostería - hacienda turística 3 estrellas a 5 estrellas – lodge.

Resort 4 estrellas a 5 estrellas.

Refugio categoría única.

Campamento turístico categoría única.

Casa de huéspedes categoría única. (MINTUR, 2017, pp. 2-10)

El reglamento de alojamiento turístico tiene un gran aporte para el proyecto de

investigación, porque engloba todos los establecimientos prestadores de servicio de hospedaje, permitiendo seleccionar uno de ellos para el diseño del producto turístico, asimismo este reglamento es muy relevante para los turistas porque les permite conocer acerca de los distintos tipos de hospedaje, así como también las categorías existentes dentro del territorio ecuatoriano, logrando así que los visitantes sepan del reglamento al momento de pernoctar dentro de un determinado establecimiento.

7.2.2. Alimentos y bebidas

TÍTULO I: PRELIMINAR

CAPÍTULO I: DEL OBJETO Y ÁMBITO

Art. 4.- Definiciones.

Establecimiento turístico de alimentos y bebidas: Son los establecimientos permanentes o estacionales donde se elaboran ya sean comidas preparadas o bebidas para el consumo, además deben estar registrados ante la autoridad nacional de Turismo.

TÍTULO II: DE LA CLASIFICACIÓN, REQUISITOS DE CATEGORIZACIÓN Y SISTEMA DE PUNTUACIÓN

CAPITULO I: CLASIFICACIÓN

Art. 14.- De su clasificación. - Los establecimientos de alimentos y bebidas se clasificarán en:

- a) Cafetería.
- b) Bar.
- c) Restaurante.
- d) Discoteca.
- e) Establecimiento móvil.
- f) Plazas de comida.
- g) Servicio de Catering.

Art. 15.- Según el tipo de servicio. - Los establecimientos de alimentos y bebidas clasificados como cafetería, bar y restaurante, deberán comunicar, mediante el

sistema determinado por la autoridad nacional de Turismo, el tipo de servicio que ofrecen de acuerdo a lo siguiente:

- a) Menú.
- b) Autoservicio.
- c) Buffet.
- d) Menú fijo.
- e) Servicio a domicilio.
- f) Servicio al auto.

CAPÍTULO II: REQUISITOS OBLIGATORIOS Y DE CATEGORIZACIÓN

Art. 18.- Categorización. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se categorizarán a través de un sistema de puntuación.

Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán de la siguiente forma:

- a) Las cafeterías se categorizarán en: (2) dos tazas y (1) una taza.
- b) Los restaurantes se categorizarán en: (5) cinco, (4) cuatro, (3) tres, (2) dos y (1) un tenedor.
- c) Los bares y discotecas se categorizarán en: (3) tres, (2) dos y (1) una copa.
- d) Los establecimientos móviles, de plazas de comida y servicio de catering se categorizarán únicamente en categoría única. (MINTUR, 2018, pp. 3-10)

El reglamento de alimentos y bebidas tiene gran relevancia para el presente proyecto de investigación, porque el mismo ha permitido tanto conocer como seleccionar un adecuado prestador de servicios de alimentos y bebidas, para el producto turístico diseñado, con el propósito de satisfacer las necesidades en su totalidad de cada turista.

7.2.3. Transporte terrestre turístico

TÍTULO I: DE LA ORGANIZACIÓN

CAPÍTULO 1: DEFINICIÓN

Art. 4.- TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO. – Es la movilización de personas que tienen la condición de turistas o excursionistas, en vehículos de compañías acreditadas a la prestación del servicio de transporte terrestre turístico, debidamente habilitados por la agencia nacional de tránsito.

CAPITULO II: CLASIFICACIÓN DEL TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO

Art. 8.- CLASIFICACIÓN DEL TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO.

- El transporte terrestre turístico se clasifica en:

1. Según el ámbito de operación:

- a) Transporte terrestre turístico nacional.
- b) Transporte terrestre turístico transfronterizo.
- c) Transporte terrestre turístico internacional.

2. Según el tipo de servicio:

- a) Traslados.
- b) Excursión.
- c) Gira.
- d) Circuito cerrado.

TÍTULO II: TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO

CAPÍTULO I: ÁMBITO DE OPERACIÓN

Art. 9.- TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO NACIONAL. – Se enfoca en trasladar turistas o excursionistas dentro del territorio nacional.

Art. 10.- TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO TRANSFRONTERIZO. – Se encarga en trasladar turistas o excursionistas dentro de la zona de integración fronteriza definida por el Ecuador con Colombia y Perú.

Art. 11.- TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO INTERNACIONAL. - Es aquel que se presta a trasladar turistas o excursionistas a algún lugar del territorio

nacional, ingresa al territorio de otro país y concluye en algún lugar o en su vez regresa a su lugar de origen. (MINTUR, 2017, pp. 3-5)

El reglamento de transporte terrestre turístico tiene gran importancia para el proyecto de investigación, puesto que gracias al mismo se ha logrado escoger adecuadamente el tipo de transporte inmerso dentro del producto turístico desarrollado.

7.2.4. Guianza turística

TÍTULO II: De la Clasificación

Art. 4.- Los guías de turismo se clasifican en:

- a) Guía local.
- b) Guía nacional.
- c) Guía nacional especializado:
 - c.1.- Patrimonio turístico.
 - c.2.- Aventura.

Capítulo I: Del guía local

Art. 5.- Guía local. - Es la persona natural que posee tanto conocimiento como experiencia para facilitar a los turistas información relevante sobre el valor turístico ya sea natural o cultural de un determinado sitio.

Capítulo II: Del guía nacional de turismo

Art 8.- Guía nacional de turismo. - Es la persona natural que ha conseguido al menos el título profesional de nivel técnico superior mediante una institución de educación superior acreditada a la Ley orgánica de educación superior, asimismo este se encarga tanto de conducir como de dirigir a uno o más visitantes, logrando orientar e interpretar el patrimonio turístico nacional.

Capítulo III: De su especialización

Art 10.- Guía nacional especializado. - Es la persona natural que tiene conocimiento y un amplio dominio sobre una actividad determinada.

Art. 11.- Especializaciones. - El guía nacional de turismo podrá conseguir las

siguientes especializaciones:

- a) Especialización en patrimonio turístico: Estará apto para interpretar el patrimonio turístico nacional tanto de carácter natural como cultural, conjuntamente con áreas del Sistema Nacional de Areas Protegidas (SNAP).
- b) Especialización en aventura: Estará capacitado en distintas modalidades de turismo de aventura: senderismo, cicloturismo, espeleología, etc. (Espinel & Pacheco, 2016, pp. 4-6)

El reglamento de guianza turística tiene un gran aporte en el proyecto de investigación, porque gracias a ello se ha optado por seleccionar convenientemente un guía para los turistas que adquieran el producto turístico, logrando así satisfacer las necesidades de cada visitante.

7.2.5. Centros de turismo comunitario

TÍTULO I: DEFINICIONES

Art. 3.- Centros de turismo comunitario. - Se caracteriza por ser desarrollado en territorios comunitarios tanto de las nacionalidades como de pueblos reconocidos de acuerdo con la Constitución de la República del Ecuador conjuntamente con las leyes correspondientes.

TÍTULO II: DE LAS ACTIVIDADES Y SERVICIOS TURÍSTICOS, PRESTACIÓN DIRECTA

Art. 4.- Actividades turísticas permitidas. - Los centros de turismo comunitario podrán prestar las siguientes actividades:

1. Alojamiento.
2. Alimentos y bebidas.
3. Operación turística comunitaria.

Art. 5.- Operación turística comunitaria. - Comprende las distintas formas de organización, desarrollo y realización directa de visitas ejecutadas por los centros de turismo comunitario dentro de sus límites.

Art. 6.- Guianza turística en centros de turismo comunitario. - Los centros de

turismo comunitario, que registren la actividad de operación turística comunitaria, podrán contratar a guías acreditados, con el fin de que ofrezcan sus servicios adentro de los linderos. (MINTUR, 2022, pp. 5-6)

El reglamento de centros de turismo comunitario se caracteriza por dar a conocer a los turistas las distintas actividades que son permitidas dentro de sus límites, logrando así adentrarse y convivir tanto con las diversas nacionalidades como los pueblos reconocidos dentro del territorio ecuatoriano.

7.2.6. Operación e intermediación turística

TÍTULO III: DE LA INTERMEDIACIÓN, OPERACIÓN, DE LAS AGENCIAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y DEL REPRESENTANTE DE VENTAS

CAPÍTULO II: DE LAS AGENCIAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Art. 15.- Clasificación. - Se reconoce la siguiente clasificación de agencias de servicios turísticos:

- a) Agencia de viajes mayorista.
- b) Agencia de viajes internacional.
- c) Operador turístico.
- d) Agencia de viajes dual.

Art. 16.- Agencia de viajes mayorista. - Se encarga de elaborar, organizar y comercializar ya sean servicios o paquetes turísticos en el exterior, su comercialización se ejecuta a través de agencias de viajes internacionales o agencias de viajes duales.

Art. 17.- Agencia de viajes internacional. - Se enfoca en comercializar los servicios o paquetes turísticos internacionales de las agencias mayoristas directamente al usuario.

Art 18.- Operador turístico. - Se dedica a la organización, desarrollo y operación directa tanto de viajes como de visitas turísticas en el país, asimismo sus productos podrán ser comercializados de forma directa al usuario o mediante las clasificaciones de agencias de servicios turísticos.

Art. 19.- Agencia de viajes dual. - Ejerce las actividades conjuntamente de una

agencia de viajes internacional y de un operador turístico.

Artículo 20.- Adicionalmente las agencias de viajes internacionales, operadoras y duales para el cumplimiento de sus funciones podrán:

- a) Mediar en la reserva y venta de servicios de transporte turístico, terrestre, marítimo, fluvial y aéreo.
- b) Realizar la reserva y venta de tanto de alojamiento como de servicios turísticos, boletos o entradas a todo tipo de entretenimientos.
- c) Alquilar aeronaves, barcos, autobuses y otros medios de transporte, con el fin de la prestación de servicios turísticos.
- d) Asesoramiento a los turistas para la obtención de los documentos de viaje.
- e) La entrega de información turística y propagación de material de promoción turística.
- f) La intermediación en la venta de pólizas de seguros a la actividad turística.
- g) El arrendamiento de implementos y equipos consignados al turismo de aventura y especializado.
- h) La intermediación en la venta de paquetes turísticos que contengan cursos internacionales de cambio. (MINTUR, 2021, pp. 9-10)

El reglamento de operación e intermediación turística tiene un gran aporte en el proyecto de investigación, debido a que el producto turístico diseñado se podría intermediar con alguna agencia de servicio turístico, logrando así llegar hacia los turistas y sobre todo que se conozca el producto dentro del mercado turístico.

7.3. Turismo en el Ecuador

“En los primeros seis meses del año 2017, han ingresado 914.477 visitantes, lo cual aporta un crecimiento del 9.3%, asimismo, los ingresos por turismo internacional lograron una cifra de 399,5 millones de dólares, consiguiendo un crecimiento del 1.6%” (Chávez, 2017, p. 2).

El turismo en el Ecuador en los últimos años ha sido muy fundamental e importante, porque gracias a este ha ido existiendo más fuentes de empleo debido a las creaciones de hoteles, restaurantes, agencias de viajes, entre otros, además también ha ayudado al aumento de la economía del país, así como también que el territorio sea reconocido internacionalmente e incrementando la demanda de turistas.

“La industria hotelera en el Ecuador ha ayudado bastante a la economía de territorio, ya que esta representa el 5,51% del PIB, equivalente a 890 millones de dólares anualmente” (Aluisa, 2018, p. 11).

El alojamiento en el Ecuador dentro del sector turístico ha ido creciendo constantemente, gracias a la gran afluencia de turistas, por esa razón cada día la mayoría de personas emprendedoras se arriesgan con su capital a construir más establecimientos, mismos que pueden tener distintas categorías de 1 a 5 estrellas y así los visitantes puedan seleccionar acorde a las características o economía que dispongan.

“Los principales turistas que visitaron a Ecuador en el 2016 fueron de varios países (Canadá, Alemania, Chile, Argentina, España, Venezuela, Perú, Estados Unidos y Colombia), cabe recalcar que Colombia, Estados Unidos y Perú concentran el 51.7 %” (Riofrío & Soria, 2017, p. 9).

Varias nacionalidades son las que ingresan al país diariamente, pero entre ellas tres son las que más visitan al territorio ecuatoriano, por diferentes tipos de turismo como el de aventura, de sol y playa, comunitario, ecuestre, en otros, ayudando así a crecer la oferta turística e incrementando ingresos económicos en los distintos destinos visitados.

“El medio más utilizado para arribos de turistas internacionales a Ecuador es el aéreo con 65% (1.027.000 pasajeros), luego está el terrestre que ha logrado movilizar (452.300 pasajeros) y finalmente el marítimo con (64.900 pasajeros)” (Chávez, 2017, p. 7).

Dentro del turismo es fundamental el medio de transporte, ya que gracias a ello se pueden trasladar los turistas hacia un sitio determinado, por ende, en Ecuador, el transporte más utilizado es el aéreo, seguido por el terrestre y por último el marítimo, razón por la cual sin transporte no existiría la actividad turística.

7.4. Tipos de turismo en el Ecuador

En Ecuador, se desarrollan distintos tipos de turismo, sobresaliendo así algunos como:

turismo de sol y playa, turismo comunitario, turismo cultural, ecoturismo, turismo de aventura, agroturismo, turismo ecuestre, entre otros; logrando así satisfacer los gustos y necesidades a cada turista, por la variedad de actividades turísticas que se pueden desarrollar dentro del territorio ecuatoriano.

7.4.1. Turismo de sol y playa

“Se caracteriza por las actividades turísticas tanto de ocio como recreativas, mismas que tienen lugar en la zona de costa” (García & Quintero, 2018, p. 2).

El turismo de sol y playa prácticamente se da en localidades costeras en las que se encuentran gran variedad de playas, algunos ejemplos de turismo de sol y playa para realizar estas actividades son el snorkeling, el surf, el buceo, el kayak, el parapente, entre otras, mismas que se pueden desarrollar especialmente en las playas de la provincia de Manabí precisamente en Puerto López, Manta, San Vicente, Puerto Cayo, Pedernales, etc.

7.4.2. Turismo comunitario

“Es un turismo que nace como una vía tanto económica como de desarrollo desde las comunidades rurales, campesinas e indígenas para generar ingresos complementarios” (Guananga-Zumbana & Chávez, 2020, p. 4).

El turismo comunitario se fundamenta en ayudar a generar ingresos económicos a comunidades indígenas o campesinas mediante los recursos u oferta turística que los mismos poseen para los turistas, los visitantes podrán convivir con los habitantes de una determinada comunidad, aprendiendo así tanto sus costumbres como tradiciones, algunos ejemplos de turismo comunitario para realizar estas actividades son la exposición de su cultura y tradiciones, la degustación de sus platos típicos, la observación de sus artesanías, entre otras, mismas que se pueden realizar en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas específicamente en la comunidad de el Poste, en la provincia de Morona Santiago especialmente en la comunidad Shuar de Cumbatza, etc.

7.4.3. Turismo cultural

“Se basa en ciertos elementos tangibles tales como los museos o el patrimonio, e intangibles como es el caso del estilo de vida, es decir se trata de una experiencia única” (Elodie, 2017, p. 3).

El turismo cultural se basa en atraer a los visitantes o turistas a observar y conocer el

origen e historia de museos, iglesias, gastronomía, plazas, lenguas, fiestas, entre otras, de un lugar, pueblo, ciudad o país determinado, un ejemplo de turismo cultural para realizar esta actividad son las caminatas, misma que puede ser desarrollada ya sea en la provincia de Pichincha específicamente en la iglesia San Francisco de Quito, también en la provincia de Azuay especialmente en el centro histórico de Cuenca, etc.

7.4.4. Ecoturismo

“Consiste en visitar áreas naturales con el propósito tanto de disfrutar como de apreciar la naturaleza, asimismo promueve la conservación y propicia un gran involucramiento activo y socioeconómico de las distintas poblaciones locales de una zona determinada” (González & Neri, 2017, p. 3).

El ecoturismo se enfoca en que el turista se traslada hacia una determinada área natural, con el objetivo de disfrutar y admirar tanto la vegetación como la distinta fauna existente en su entorno y así conservar el medio ambiente, sin la necesidad de causar daño, algunos ejemplos de ecoturismo para realizar estas actividades son el senderismo, las cabalgatas, el ciclismo, entre otras, mismas que se pueden efectuar en la provincia de Bolívar específicamente en Piedra Blanca, en las Islas Galápagos, etc.

7.4.5. Turismo de aventura

“Se caracteriza por tener un lugar en destinos con características tanto geográficas como paisajes específicos, se asocia con la actividad física, el intercambio cultural, la interacción y por último la cercanía con la naturaleza” (Dovale, 2021, p. 4).

El turismo de aventura conlleva a conocer distintas exploraciones diferentes a las de la vida cotidiana, realizando tanto actividades físicas como deportivas, con el objetivo de tener una vida saludable, algunos ejemplos de turismo de aventura para realizar estas actividades son el montañismo, el canyoning, el surf, el rafting, el parapente, la escalada en roca, entre otras, mismas que se pueden realizar en la provincia de Pichincha específicamente en Machachi, provincia de Tungurahua precisamente en Baños, provincia de Manabí particularmente en Puerto López, etc.

7.4.6. Agroturismo

“Se caracteriza en aprovechar al máximo el medio rural ocupado por la sociedad campesina, misma que posee cultura, historia y recursos naturales” (Maruri, 2020, p. 5).

El agroturismo consiste en hacer participar a los turistas en varias actividades relacionadas a las del campo, algunos ejemplos de agroturismo para realizar estas actividades son ordeñar vacas, visitar las granjas, dar de comer a los animales, recolectar distintos campos agrícolas, las cabalgatas, entre otras, mismas que se pueden desarrollar en la provincia de Pichincha específicamente en la parroquia de Pacto, en la provincia del Guayas especialmente en Guayaquil, etc.

7.4.7. Turismo ecuestre

“Son todas las actividades ejecutadas a caballo en momentos de ocio, mediante el cual se tiene contacto tanto con la naturaleza como el entorno” (Ronquillo, 2017, p. 35).

El turismo ecuestre consta en montar a caballo y trasladarse en él, por distintos sitios conociendo así la flora, la fauna, los volcanes, las cascadas, los ríos, entre otros, de un lugar determinado, con el objetivo de tener una experiencia única e inolvidable, esto se puede desarrollar en las provincias de Pichincha y Guayas.

7.5. Planta turística

“Es el conjunto tanto de servicios básicos como de complementarios, que satisfacen a la necesidad del turista, regulado por organismos nacionales e internacionales que supervisan el cumplimiento y mejoramiento de la oferta brindada” (Flores, 2017, p. 5).

La planta turística la conforman todos los establecimientos prestadores de servicios, entre ellos se encuentran alojamiento, alimentos y bebidas, transporte, ocio y recreación, agencia de viajes y guías de turismo.

7.5.1. Alojamiento

“Es una actividad turística que puede ser realizada por las personas, tiene como finalidad en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes ya sean nacionales o extranjeros” (MINTUR, 2016, p. 3).

El alojamiento se caracteriza porque brinda hospedaje a los turistas, conjuntamente también pueden ofrecer servicios extras dependiendo de la necesidad del cliente, a la vez existen varios tipos de alojamientos siendo estos, hotel, hostel, hostería, hacienda turística, lodge, resort, refugio, campamento turístico y casa de huéspedes.

7.5.2. Alimentos y bebidas

“Son las actividades de prestación de servicios gastronómicos y bares, de propietarios cuya actividad monetaria está relacionada con la elaboración, servicio y venta de alimentos y bebidas para el consumo” (MINTUR, 2018, p. 2).

Los establecimientos de alimentos y bebidas se identifican por brindar un servicio en donde se pueden encontrar ya sean bebidas o fuentes de alimentos, que posteriormente serán ingeridos por el cliente, estos pueden ser cafeterías, bares, fuentes de sodas y drives in.

7.5.3. Transporte

“Consiste en prestar el servicio de transporte a personas o arrendar medios de transporte, ya sea de modo habitual y a través de una determinada tarifa o precio” (Ortiz, 2020, p. 36).

El transporte es muy primordial dentro del turismo, ya que gracias al mismo se puede trasladar hacia un sitio o lugar en específico, ya sea a un atractivo, un establecimiento de alojamiento, alimento y bebidas e incluso de ocio y recreación, entre otros, asimismo existen varios tipos de transporte como es el caso del terrestre, aéreo, marítimo y fluvial.

7.5.4. Ocio y recreación

“Se caracteriza por ser una forma de utilizar el tiempo libre a través de una ocupación autónomamente elegida, cuyo propósito resulta placentero al individuo” (Bernet, 2017, p. 8).

Ocio y recreación dentro del turismo cumple un papel muy importante para los turistas, debido a que estos en la mayoría de casos buscan un momento de relajación, con el propósito de satisfacer cada una de sus necesidades.

7.5.5. Agencia de viajes

“Son aquellas que se dedican a la organización, desarrollo y ejecución directa tanto de viajes como de visitas turísticas a nivel nacional, incluyendo el abasto de servicios turísticos propios o de terceros” (MINTUR, 2017, p. 6).

Las agencias de viajes son todas las instituciones que se encargan de crear y ofrecer productos turísticos mediante la intermediación con otras empresas, con el fin de satisfacer a la demanda turística, a su vez estas pueden ser agencias de viajes mayoristas, agencias de viajes internacionales, operador turístico y agencias de viaje dual.

7.5.6. Guías de turismo

“Son las personas que tiene conocimiento y experiencia, para facilitar a los visitantes información específica con respecto al valor turístico ya sea natural o cultural de un determinado sitio” (Espinel & Pacheco, 2016, p. 4).

Los guías de turismo son las personas que tienen ampliamente conocimiento, capacidades y habilidades para poder guiar a uno o más turistas, ya sean nacionales o extranjeros siempre y cuando cuenten con su licencia, asimismo estos tienen muchas funciones, pero sobre todo el que más sobre sale es el de resguardar la vida de cada visitante, estos se clasifican en guía local, guía nacional y guía nacional especializado.

7.6. Inventario de atractivos turísticos

Permite conocer información acerca de los distintos atractivos existentes dentro de una zona determinada, consiguiendo de esa forma establecer el máximo potencial turístico.

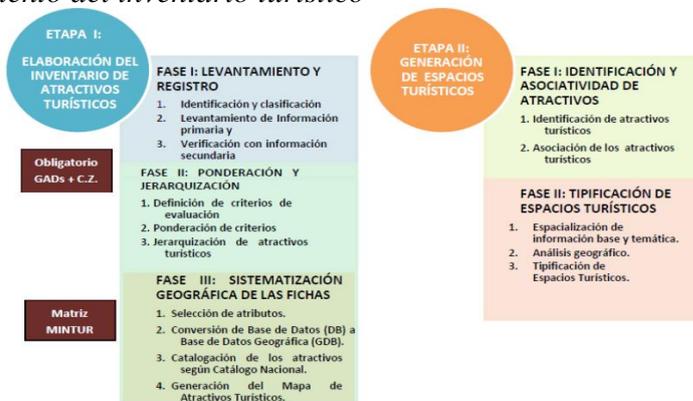
Cabe recalcar que para la ejecución del inventario se usó la metodología impuesta por parte del MINTUR, asimismo es muy relevante revisar las fichas de los atractivos existentes en el sector.

7.6.1. Guía para el levantamiento de atractivos turísticos de Ecuador del MINTUR

Se compone de dos etapas: La realización del inventario de atractivos turísticos y la generación de espacios turísticos, gráficamente se la pueda resumir de la siguiente manera:

Figura 1

Procedimiento del inventario turístico



Nota: Tomado del Manual para jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador (MINTUR, 2017).

7.6.1.1. **Etapa I: Realización del inventario de atractivos turísticos**

Esta a su vez está comprendida por tres fases:

7.6.1.1.1. **Fase I: Levantamiento y registro de atractivos turísticos**

Esta fase ayudará a conocer distintos elementos de interés turístico, además está compuesta por tres pasos:

- Identificación y clasificación de atractivos turísticos, se enfoca en identificar los atractivos que estén registrados en los GADs municipales y a su vez los que se encuentran en las salidas de campo.
- Levantamiento de información primaria, se basa en la recopilación de datos relevantes dentro del territorio conjuntamente con entrevistas a las comunidades locales e informantes clave.
- Verificación con información secundaria, se enfoca en la información bibliográfica. (MINTUR, 2017, p. 11)

7.6.1.1.2. **Fase II: Ponderación y jerarquización**

Está constituida por tres pasos:

- Definición de criterio de evaluación, donde se evaluará el atractivo a través de distintos criterios relacionados con el índice de competitividad turística.

Tabla 4

Criterios de evaluación para atractivos

Criterios relacionados con el índice de competitividad turística	Criterios relacionados con la demanda
✓ Accesibilidad y conectividad	✓ Difusión
✓ Planta turística/Servicios	✓ Registro de visitante y afluencia
✓ Estado de conservación e integración	✓ Recurso humano
atractivo/entorno	
✓ Higiene y seguridad turística	
✓ Políticas y regulaciones	
✓ Actividades que se practican	
(Opciones recreacionales)	

Nota: A partir del Manual para jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador (MINTUR, 2017).

- Ponderación de criterios, se encarga de darles un factor de ponderación a los resultados del paso anterior, gráficamente es la siguiente tabla:

Tabla 5

Ponderación de criterios

	Criterios de evaluación	Descripción	Ponderación
1	Accesibilidad y conectividad	Son las condiciones de accesibilidad al atractivo, ciudad o poblado más cercano, también la existencia de vías de acceso, servicios de transporte y señalización.	18
2	Planta turística/complementarios	Es la existencia de servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viaje, guía, transporte o movilización interna, facilidades turísticas y servicios complementarios a la actividad turística.	18
3	Estado de conservación e integración sitio/entorno	Es la integridad de los atributos físico-ambientales y socioculturales, en específico de las condiciones del atractivo y su entorno.	14
4	Higiene y seguridad turística	Es la disponibilidad de servicios básicos, gestión ambiental, señalética, establecimientos de atención ciudadana en temas de salud, seguridad, comunicación y amenazas naturales.	14
5	Políticas y regulaciones	Es la consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se desarrollan en el atractivo.	10
6	Actividades que se practican en el atractivo	Actividades de agua, aire, tierra que se practican en atractivos naturales y actividades que se realizan en atractivos culturales.	9
7	Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	Es la mención del atractivo en publicaciones de revistas especializadas nacionales o internacionales, así como páginas web, redes sociales, prensa, televisión, etc.	7
8	Registro de visitantes y afluencia	Es el registro de visitantes realizado por el administrador del atractivo, temporalidad de visita, procedencia del visitante y frecuencia de visitantes.	5
9	Recursos humanos	Es el número de personas y nivel de	5

instrucción académica del personal que trabaja dentro el atractivo.	
Total	100

Nota: A partir del Manual para jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador (MINTUR, 2017).

- Jerarquización de atractivos turísticos, una vez levantada la información de los distintos atractivos, se enfoca en brindarles una valoración sobre 100, asimismo se le da un nivel de jerarquía dentro de la escala de I a IV, como se puede visualizar en la siguiente tabla:

Tabla 6

Jerarquización de atractivos

Rangos	Jerarquía
86-100	IV
61-85	III
36-60	II
11-35	I
0-10	Recurso

Nota: A partir del Manual para jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador (MINTUR, 2017).

7.6.1.1.3. Fase III: Sistematización geográfica de las fichas

Esta comprendida por cuatro pasos:

- Selección de atributos, se enfoca en la selección de las catorce secciones que tiene la ficha.
- Conversión de base de datos a base de datos geográfica, consiste en que la ficha jerarquizada es sistematizada para la generación de datos alfanuméricos de los distintos atractivos turísticos.
- Catalogación de los atractivos según catálogo nacional, se fundamenta por poseer distintas funciones de lineamientos.
- Generación del mapa de atractivos turísticos, se encarga en poseer una base de datos geográfica para realizar una planificación turística, logrando así efectuar un mapa. (MINTUR, 2017, p. 16)

7.6.1.2. Etapa II: Generación de espacios turísticos

Está constituida por dos fases:

7.6.1.2.1. Fase I: Identificación de atractivos

Esta compuesta por dos pasos:

- Identificación de atractivos turísticos, se encarga de revisar el inventariado de atractivos turísticos de la etapa I.
- Asociación de los atractivos turísticos, se basan en distintos criterios.
 - a) Categorías otorgadas en el ámbito natural. Ejemplo: Sistema Nacional de Áreas Naturales (SNAP).
 - b) Categorías otorgadas en el ámbito cultural. Ejemplo: Sistema de Información del Patrimonio Cultural Ecuatoriano (SIPCE).
 - c) Conectividad.
 - d) Normativa de planificación.
 - e) Cercanía geográfica. (MINTUR, 2017, p. 17)

7.6.1.2.2. Fase II: Tipificación de espacios turísticos

Se caracteriza por la distribución territorial de los atractivos, asimismo se distinguen por ser naturales, culturales y mixtos.

Figura 2

Espacio turístico natural



Nota: Tomado del Manual para jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador (MINTUR, 2017).

Figura 3*Espacio turístico cultural*

Nota: Tomado del Manual para jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador (MINTUR, 2017).

7.6.2. Clasificación de atractivos turísticos

“Para la clasificación de los atractivos turísticos, esta metodología se subdivide en dos grupos, teniendo así tanto a los sitios naturales como a las manifestaciones culturales” (Elizondo & Tudela, 2018, p. 20).

7.6.2.1. Categoría

“Se basa en los distintos atributos que tiene un determinado elemento, además motivan a la visita turística dependiendo de la naturaleza; estos pueden ser sitios naturales y manifestaciones culturales” (Elizondo & Tudela, 2018, p. 20).

7.6.2.2. Tipo

“Se caracterizan por ser elementos similares en una categoría” (Elizondo & Tudela, 2018, p. 20).

7.6.2.3. Subtipo

“Son elementos que caracterizan a los distintos tipos” (Elizondo & Tudela, 2018, p. 20).

7.6.3. Sitios naturales**7.6.3.1. Categoría**

Sitios naturales.

7.6.3.2. Tipo

“Son 11: montañas, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marinos y tierras insulares” (Elizondo & Tudela, 2018, pp. 21-25).

7.6.3.3. Subtipo

Son 54: alta montaña, media montaña, baja montaña, costero, del interior, lago, laguna, pantano, poza, humedal, vado, playa de laguna, río, riachuelo, rápido, cascada, ribera, playa de río, delta, páramo, ceja de selva, nublado, montano bajo, húmedo tropical, manglar, seco, petrificado, inundable/inundado, manantial de agua mineral, manantial de agua termal, cueva o caverna, río subterráneo, flujo de lava, tubo de lava, escarpa de falla (pliege), cañón, quebrada, grieta, playa, acantilado, golfo, bahía, ensenada, canal, estuario, estero, arrecife de coral, cueva marina, cráter marino, acantilado marino, isla continental, isla oceánica, islote y roca. (Elizondo & Tudela, 2018, pp. 21-25)

7.6.4. Manifestaciones culturales

7.6.4.1. Categoría

Manifestaciones culturales.

7.6.4.2. Tipo

“Son 4: arquitectura, acervo cultural y popular, realizaciones técnicas y científicas, acontecimientos programados” (Elizondo & Tudela, 2018, pp. 27-29).

7.6.4.3. Subtipo

Son 25: histórica/vernácula, infraestructura cultural, infraestructura recreativa, obras infraestructuras de arquitectura, sitio histórico, área arqueológica, monumentos, espacio público, pueblo y/o nacionalidad (etnografía), fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares, artesanías y artes, medicina ancestral, ferias y mercados, música y danza, gastronomía, obras de ingeniería, centros astronómicos, centros de exhibición de flora y fauna, centros de rescate de fauna silvestre, centros agropecuarios y pesqueros, centros industriales, eventos artísticos, convenciones, ferias (no artesanales) y congresos, eventos deportivos y eventos gastronómicos. (Elizondo & Tudela, 2018, pp. 27-29)

7.7. Manual para la Planificación de Productos Turísticos del MINCETUR

Se caracteriza por poseer tanto los componentes como los pasos para el diseño de un producto turístico.

7.7.1. Producto turístico

“Es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales y culturales, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés” (OMT, 2020, p. 1).

El producto turístico es de vital importancia para poder potenciar la actividad turística dentro de una zona determinada, debido a que este ayudará a transmitir al mundo exterior una imagen fuerte y organizada de todo lo que posee el entorno, de modo que atraiga a turistas tanto nacionales como internacionales y asimismo sea un lugar muy reconocido.

7.7.2. Componentes del producto turístico

El producto turístico consta de tres componentes:

- Experiencial, se caracteriza por la intervención en festividades, eventos, comunidades.
- Emocional, se destaca por la participación del factor tanto humano como cultural.
- Material, se relaciona por varios elementos tal es el caso de la planta turística, atractivos turísticos, entre otros. (MINCETUR, 2014, p. 12)

Por ende, estos componentes son muy importantes tomarlos en cuenta al momento de la creación o diseño de un producto turístico dentro de un sitio determinado.

7.7.3. Pasos para el diseño de productos turísticos

“Se caracteriza por poseer cuatro pasos, mismos que son muy importantes para el desarrollo de un adecuado producto turístico” (MINCETUR, 2014, p. 15).

7.7.3.1. Análisis del destino

Se caracteriza porque permite identificar y saber cómo se encuentra actualmente una determinada zona, logrando así verificar si el entorno es apto o no

para la creación de productos turísticos, a su vez este paso se subdivide en tres:

- Delimitación del destino turístico, se identifica por definir el ámbito en el que se intervendrá, las características relevantes que se debe tomar en cuenta son la accesibilidad, atractivos, actividades, servicios directamente relacionados con la actividad turística y servicios básicos.
- Análisis del mercado turístico y las inversiones, se enfoca en el análisis de la demanda turística, en el análisis de la oferta turística y el análisis de las inversiones (públicas y privadas).
- Análisis del contexto social, político y económico, para lo cual se basa en los aspectos como el territorio, población, seguridad y salud, consumismo y buenas prácticas medio ambientales, mapa de actores del destino e incluso el análisis FODA en específico. (MINCETUR, 2014, pp. 23-41)

7.7.3.2. Conceptualización del producto turístico

Se basa en plantearse el producto turístico con el que se va a trabajar, asimismo, se caracteriza también por proponer la temática específica del producto, este paso se subdivide en dos apartados:

- Identificación de productos turísticos potenciales, se enfoca tanto en la identificación como en la evaluación de los distintos productos a desarrollarse, cabe recalcar que hay que tener en cuenta estudios del mercado acerca del perfil del turista, estado actual de los distintos atractivos, entre otros.
- Evaluación de productos turísticos propuestos, se fundamenta en el análisis de la viabilidad de los productos propuestos y en la priorización de un producto turístico. (MINCETUR, 2014, pp. 44-57)

7.7.3.3. Diseño del producto turístico

Se enfoca en puntualizar y sistematizar toda la información anteriormente trabajada, consiguiendo así diseñar el producto turístico escogido, además este paso se subdivide en seis apartados:

- Descripción detallada del producto turístico, trata en especificar concretamente la identificación del producto es decir resaltar las propiedades y particularidades tanto tangibles como intangibles
- Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico, se caracteriza en la identificación y mapeo de ciertos elementos como es el caso de atractivos turísticos, planta turística, actividades turísticas, entre otras.
- Evaluación de las condiciones actuales del producto turístico, se fundamenta en las necesidades del segmento de estudio.
- Validación de la propuesta inicial de producto con intermediarios y consumidores, se orienta a proponer el intercambio tanto de opiniones como de sugerencias sobre la propuesta del producto turístico previamente diseñado.
- Determinación de las necesidades de intervención pública y privada, se enfoca en puntualizar distintas necesidades como es la infraestructura, recursos turísticos, recursos humanos, entre otros.
- Gráfico del producto turístico, se basa en colocar al producto turístico con absolutamente todos sus elementos, encaminados al mercado turístico, consiguiendo así tener una ilustración del mismo. (MINCETUR, 2014, pp. 60-65)

7.7.3.4. Plan de acción para el desarrollo del producto turístico

Se fundamenta en varios aspectos como es el caso de identificar las distintas

acciones a desarrollarse, el tiempo que se empleará en cada una de las mismas, las personas responsables, entre otros, además este se subdivide en tres apartados:

- Conformación del comité local para la gestión y desarrollo del producto turístico, se enfoca en la creación de un comité el cual estará encargado en coordinar, monitorear y evaluar determinadas acciones para el correcto funcionamiento del producto turístico.
- Validación del producto turístico definitivo con gestores y público objetivo, se caracteriza en la ejecución del producto turístico, en donde tanto los gestores como los turistas serán los encargados de dar su punto de vista, es decir su conformidad o disconformidad del producto.
- Consolidación y validación del plan de trabajo, se encarga en plantear varias acciones para así poner en marcha el producto turístico. (MINCETUR, 2014, pp. 67-70)

Es de vital importancia seguir correctamente el cumplimiento de estos pasos, ya que gracias a los mismos se pudo ejecutar de mejor manera la creación de un producto turístico dentro del cantón Pujilí, con el propósito de que los turistas se interesen en adquirir este producto y por ende con el tiempo se desarrollará un aumento de la actividad turística en el cantón, ya que al ser un producto nuevo está vinculado al crecimiento del sector, mediante la dinamización económica que el turismo aporta.

7.8. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

“Es un instrumento de planificación fundamental para la gestión territorial de un tiempo ya sea a corto, mediano e incluso a largo plazo” (Gadmriobamba, 2019, p. 3)

El PDOT fue de vital importancia especialmente para el diseño del producto turístico, gracias que al mismo se pudo evidenciar el diagnóstico situacional del cantón Pujilí, es decir el estado actual de como se encuentra la zona.

7.9. Estrategias de promoción y difusión

“Se enfocan en notificar, informar y convencer al cliente u otros interesados sobre los

productos y ofertas, que se ofertarán” (Kotler & Armstrong, 2017, p. 1).

Las estrategias de promoción y difusión son muy significativas al momento de intentar promocionar un producto nuevo dentro del mercado turístico, debido a que gracias a las mismas se logrará de una u otra manera llegar hacia los clientes o turistas, con el fin de que estos sepan de la existencia del producto turístico y así tengan interés por adquirirlo.

7.9.1. Medios para la promoción y difusión

Existen distintos medios que se pueden utilizar para promocionar un producto turístico, destacándose así algunas como: el vídeo promocional, el tríptico, el podcast, la televisión, la radio, el afiche, el periódico, la página web, entre otros.

7.9.1.1. Vídeo promocional

“Se identifica por estar estructurado de un guión, contenido gráfico, animación, texto, comunicación y duración” (Sakanyan, 2018, p. 42).

La empleación de un vídeo promocional es muy importante, porque permite difundir por medio de redes sociales el diseño de un nuevo producto turístico, de tal manera que el turista pueda visualizar en que consiste el producto, logrando así crear una sensación como si estuvieran viviendo esta experiencia y causando en ellos un interés por vivirla personalmente.

7.9.1.2. Tríptico

“Se caracteriza por ser un folleto informativo, asimismo es uno de los medios de comunicación gráfica más tradicionales para dar a conocer un producto o servicio” (UANL, 2017, p. 6).

El tríptico se basa en crear un folleto conformado por tres partes en forma rectangular, en donde el interior va plasmada información precisa y concreta acerca de un producto, con la finalidad de captar así la atención del público en general.

7.9.1.3. Podcast

“Se define por ser un archivo de audio o vídeo, abordando distintas temáticas de un tema determinado o especial” (UDG, 2019, p. 1).

El podcast es la realización de un audio a cargo de una o más personas, acerca de un texto en específico, logrando llamar la atención por parte de los oyentes.

7.9.1.4. Televisión

“Es un medio de gran cobertura que llega prácticamente a la mayoría de hogares, siendo así los telespectadores niños, jóvenes y adultos” (Lema, 2017, p. 1).

La televisión es uno de los medios más usados por parte de las personas, este se caracteriza por presentar distintos programas, conjuntamente con publicidad acerca de un servicio o producto, consiguiendo llamar la curiosidad por parte de los telespectadores.

7.9.1.5. Radio

“Se basa por posibilitar la transmisión de señales a través de distintas frecuencias, logrando así llegar a miles de oyentes” (Garza, 2018, p. 1).

La radio está enfocada en transmitir una señal de audio hacia los oyentes, logrando atraer a estos, mediante una diversa programación.

7.9.1.6. Afiches

“Este se identifica porque lleva imágenes para anunciar un mensaje y difundirlo hacia el público” (MINAM, 2017, p. 1).

Los afiches se fundamentan porque poseen una gran variedad de imágenes para informar acerca de la existencia de un servicio o producto, obteniendo así la atención de las personas.

7.9.1.7. Periódico

“Es un medio escrito, que se especifica por publicar noticias, artículos, anuncios, entre otros, consiguiendo así que los lectores sepan de algún acontecimiento” (Zappaterra, 2018, p. 2).

El periódico es un medio de comunicación escrito, que se caracteriza por su amplio contenido, ya que en el mismo puede estar noticias, publicidad, etc; consiguiendo que los lectores tengan un gran interés acerca de un tema determinado.

7.9.1.8. Página web

“Es un instrumento usado en el mundo por la mayoría de personas, que tiene como finalidad comunicar e informar acerca de un servicio o producto” (Pacherres, 2018, p. 12).

La página web de igual manera es una de las mejores opciones, porque en la misma se

puede colocar información relevante sobre el producto turístico diseñado y de todos los atractivos que posee el Cantón Pujilí, consiguiendo así llegar a cada uno de los turistas tanto a nivel nacional como internacional, pero sobre todo ayuda a dar el realce turístico que requiere el lugar.

Los distintos medios cumplen un valor muy relevante e importante al momento de promocionar y difundir un nuevo producto turístico, ya que gracias a estos se puede dar a conocer la existencia del producto creado ya sea a nivel nacional e internacional, logrando que los visitantes tengan mucho interés por vivir personalmente grandes experiencias dentro del cantón Pujilí, asimismo conozcan los distintos atractivos tanto naturales como culturales que existen en la zona.

7.10. FODA

Es una herramienta que tiene como propósito efectuar una evaluación de los factores fuertes y débiles es decir las fortalezas y debilidades diagnosticando la situación interna de una determinada organización o zona, así como también la evaluación externa que vendrían a ser las oportunidades y amenazas. (Galileo, 2019, p. 1)

Tabla 7

Matriz FODA

FACTORES	POSITIVOS	NEGATIVOS
	Fortalezas	Debilidades
Internos	Son las capacidades especiales o valiosas dentro de una organización o zona.	Son los recursos de los que se carece.
	Oportunidades	Amenazas
Externos	Son las variables que resultan favorables, permitiendo tener ventajas competitivas.	Representan las fuerzas ambientales no controlables de una determinada organización o zona.

Nota: A partir del análisis FODA (Galileo, 2019).

7.10.1. MEFI

Es la Matriz de evaluación de factores internos, cuya finalidad es la de analizar las fortalezas y debilidades de una determinada entidad o zona de estudio, esta a su vez está compuesta por tres elementos, siendo estos:

- La ponderación, que al final debe sumar 1.

- La calificación, en donde pueden tener un valor de 3 si la fortaleza es baja y 4 si la fortaleza es alta, mientras que para las debilidades 1 para las altas y 2 para las bajas.
- El promedio, que viene de multiplicar tanto la ponderación como la calificación. (Riveroll, 2019, pp. 8-16)

7.10.2. MEFE

Es la Matriz de evaluación de factores externos, que tiene como propósito analizar las oportunidades y amenazas ya sea de una entidad o zona en particular, asimismo se componen de tres elementos:

- La ponderación, que al final debe sumar 1.
- La calificación, en donde pueden ser evaluadas con un valor de 3 si la oportunidad es baja y 4 si la oportunidad es alta, mientras que para las amenazas 1 para las altas y 2 para las bajas.
- El promedio, que viene de multiplicar la ponderación por la calificación. (Riveroll, 2019, pp. 8-16)

7.10.3. FODA estratégico

Se subdividen en cuatro estrategias:

- Estrategias ofensivas, se encargan en utilizar las fortalezas para aprovechar las oportunidades.
- Estrategias de adaptación, se fundamentan en superar las debilidades aprovechando las oportunidades.
- Estrategias de supervivencia, se enfocan en usar las fortalezas para reaccionar y poder atender las amenazas de la mejor forma.
- Estrategias defensivas, buscan minimizar las debilidades y evitar las amenazas. (Oña & Vega, 2018, pp. 439-440)

8. VALIDACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA

- ¿El diseño de un producto turístico ayudará a que los turistas conozcan más sobre la oferta turística del cantón Pujilí?

Si, debido a que de esa manera los turistas podrán conocer sobre la existencia de más atractivos del cantón Pujilí y no como siempre sólo la Laguna de Quilotoa, por tal razón se diseñó una nueva ruta turística tomando en cuenta 10 atractivos pertenecientes únicamente a las parroquias de Zumbahua y Pujilí, en donde 5 fueron naturales y 5 culturales, conjuntamente con la realización de diversas actividades turísticas, todo esto con el propósito de que los visitantes sepan de la oferta turística de la zona.

9. METODOLOGÍA

La presente investigación tiene enfoque cualitativo ya que se efectuaron entrevistas no estructuradas a personas involucradas con la actividad turística, especialmente tanto a la líder de turismo como a los prestadores de servicios turísticos del cantón Pujilí; además, debido a que se realizó una encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón, específicamente en las parroquias de Zumbahua y Pujilí; por último, también porque se hizo un focus group a las personas inmersas en los prestadores de servicios turísticos.

9.1. Objetivo 1: Validar el inventario de atractivos turísticos existentes en el cantón, mediante fuentes primarias y secundarias, generando una base de datos

Para el cumplimiento del primer objetivo se basó de la Metodología “Guía para el levantamiento de atractivos turísticos de Ecuador del MINTUR”, consiguiendo desarrollar la ejecución del inventario tanto de los atractivos existentes como de los nuevos.

Tabla 8

Guía para el levantamiento de atractivos turísticos de Ecuador del MINTUR

Etapas: Realización del inventario de atractivos turísticos

Fase I: Levantamiento y registro de atractivos turísticos

1. Identificación y clasificación de atractivos turísticos: Se realizaron 5 salidas de campo al GAD Municipal del cantón Pujilí para recopilar información acerca del inventario de los atractivos, mientras que 11 salidas de campo tanto para validar la información de cada atractivo con la ayuda del Check list y de la ficha inventario MINTUR, como también encontrar nuevos atractivos gracias a los actores clave.
 2. Levantamiento de información primaria: Se efectuaron entrevistas no estructuradas a actores clave, logrando de esa manera tanto encontrar nuevos atractivos, como también el llenado de las fichas inventario MINTUR.
-

-
3. Verificación con información secundaria: Se basó de fuentes bibliográficas confiables como la página del MINTUR, PDOT del cantón Pujilí, Plan de Desarrollo Turístico del cantón Pujilí, google académico, scielo, redalyc y tesis.
-

Fase II: Ponderación y jerarquización

1. Definición de criterio de evaluación: Este paso se utilizó específicamente para los atractivos nuevos, evaluándoles acuerdo a los criterios relacionados con el índice de competitividad turística y los criterios relacionados con la demanda.
 2. Ponderación de criterios: Este paso de igual manera se usó para los atractivos nuevos, dándoles de esa manera un factor de ponderación.
 3. Jerarquización de atractivos turísticos: Este paso igualmente se utilizó para los atractivos nuevos, dándoles un valor numérico que representa el puntaje conseguido sobre 100, conjuntamente con el nivel de jerarquía en una escala de I a IV.
-

Nota: Datos tomados del Manual para jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador (MINTUR, 2017).

9.1.1. Método

- **Bibliográfico**

“El método bibliográfico es la operación documental de recuperar un conjunto de documentos o referencias bibliográficas sobre un determinado tema” (Goris, 2015, p. 1); en el trabajo de investigación este tipo de método permitió buscar información secundaria tanto sobre los distintos atractivos turísticos existentes dentro del cantón Pujilí, es decir de sus 7 parroquias Pujilí, la Victoria, Guangaje, Zumbahua, Angamarca, Pilaló y el Tingo, como también las características más relevantes que posee la zona de estudio, a través del instrumento de fuentes bibliográficas confiables es decir la revisión de la página del MINTUR, del PDOT del cantón Pujilí, del Plan de Desarrollo Turístico del cantón Pujilí, de google académico, de scielo, de redalyc y de tesis, cabe mencionar que para conseguir el Plan se tuvo que realizar un oficio al GAD Municipal.

9.1.2. Técnicas

- **Salidas de campo**

“Las salidas de campo son la recolección de datos cualitativos que tienen como propósito recopilar datos nuevos de fuentes primarias” (Álvarez, 2017, p. 62); por ende esta técnica fue útil para el trabajo de investigación debido a que se realizó 16 salidas de campo, donde 5 fueron al GAD Municipal del cantón Pujilí, para lograr recopilar información acerca del inventario de los atractivos, mientras que las otras 11 sirvieron para validar la información de cada atractivo y también para encontrar nuevos atractivos gracias a los actores clave.

Tabla 9*Cronograma de salidas de campo*

Fecha	Ubicación	Descripción
27-10-2022	GAD Municipal del cantón Pujilí.	Oficio al GAD.
31-10-2022	GAD Municipal del cantón Pujilí.	Acercamiento al GAD.
07-11-2022	GAD Municipal del cantón Pujilí.	Acercamiento al GAD.
11-11-2022	GAD Municipal del cantón Pujilí.	Acercamiento al GAD.
14-11-2022	GAD Municipal del cantón Pujilí.	Acercamiento al GAD.
17-11-2022	Parroquia el Tingo.	Visita a los atractivos de la parroquia el Tingo.
18-11-2022	Parroquia el Tingo.	Visita a los atractivos de la parroquia el Tingo.
24-11-2022	Parroquia Pilaló.	Visita a los atractivos de la parroquia Pilaló.
25-11-2022	Parroquia Pilaló.	Visita a los atractivos de la parroquia Pilaló.
08-12-2022	Parroquia Angamarca.	Visita a los atractivos de la parroquia Angamarca.
09-12-2022	Parroquia Angamarca.	Visita a los atractivos de la parroquia Angamarca.
15-12-2022	Parroquia Zumbahua.	Visita a los atractivos de la parroquia Zumbahua.
16-12-2022	Parroquia Zumbahua.	Visita a los atractivos de la parroquia Zumbahua.
22-12-2022	Parroquia Guangaje.	Visita a los atractivos de la parroquia Guangaje.
23-12-2022	Parroquia Pujilí.	Visita a los atractivos de la parroquia Pujilí.
29-12-2022	Parroquia la Victoria.	Visita a los atractivos de la parroquia la Victoria.

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

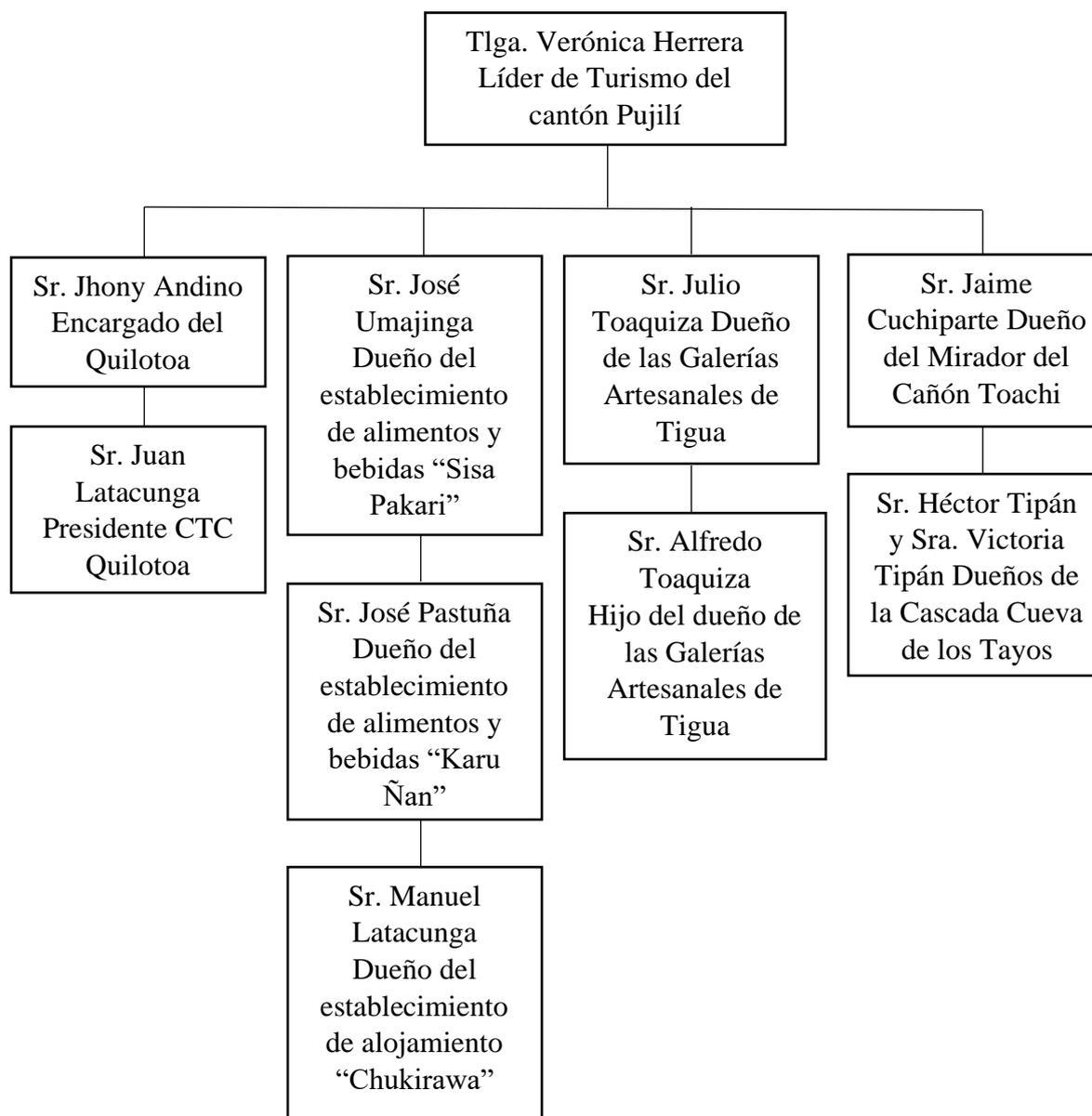
- **Entrevistas no estructuradas**

“Las entrevistas no estructuradas son aquellas que se efectúan sin un guión previo es decir que se basa en un conversatorio” (Bertomeu, 2018, p. 3); en el trabajo de investigación esta técnica fue muy relevante, debido a que gracias a la misma se pudo desarrollar una entrevista no estructurada, es decir preguntas abiertas a los actores clave que en este caso fueron personas involucradas con la actividad turística, siendo estos la líder de turismo del cantón Pujilí y también a los prestadores de servicios turísticos, cabe destacar que se consideraron a estas personas puesto que están inmersos dentro del turismo, logrando tener información relevante sobre la existencia de algún atractivo nuevo.

Para la realización de los actores clave se efectuó el siguiente gráfico.

Gráfico 1

Actores clave



Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Se hizo un gráfico de los actores clave con personas involucradas dentro del ámbito turístico, para lo cual el principal personaje fue la líder de turismo del cantón Pujilí, la Tlga. Verónica Herrera, misma que proporcionó información muy importante sobre ciertas personas que podrían ayudar, realizando así la visita a varios personajes como son el caso de los señores/as: Jhony Andino, Juan Latacunga, José Umajinga, José Pastuña, Manuel Latacunga, Julio Toaquiza, Alfredo Toaquiza, Jaime Cuchiparte, Héctor Tipán y Victoria Tipán, mismos que muy gentilmente ayudaron a identificar cinco nuevos atractivos dentro del cantón,

denominados: Laguna Cóndor Cocha, Lago Cusco, Mirador de Cristal Quilotoa, Cueva Minus Uctu y Cascada Cueva de los Tayos.

- **Check list**

“El Check list sirve para revisar de forma ordenada el cumplimiento de procedimientos que se lleven a cabo” (Pacheco, 2018, p. 7); se utilizó esta técnica conjuntamente con la ayuda del instrumento de la ficha inventario MINTUR, para saber si aún existe o no, cada uno de los atractivos distribuidos en las 7 parroquias que conforman el cantón Pujilí, logrando hacer así un análisis de los atractivos existentes del año 2021 que fue la última vez que realizaron un inventario las personas encargadas en el ámbito turístico del GAD Municipal del cantón, con el efectuado en el año 2022 por parte de los investigadores.

Asimismo, se utilizó el instrumento de la ficha inventario MINTUR, porque esta permitió el llenado para la información de los nuevos atractivos encontrados, así como también validar información de todos los atractivos, logrando saber las condiciones de cada atractivo. (Apéndice 3)

- **Observación directa e indirecta**

“La observación directa tiene como fin que el investigador se ponga en contacto personalmente con el hecho a investigar” (Díaz, 2018, p. 26); por ende la observación directa fue fundamental para trasladarse a cada atractivo y así saber sus condiciones, principalmente de su existencia, mientras que “La observación indirecta se conoce el fenómeno a través de observaciones realizadas por otras personas” (Díaz, 2018, p. 26); por lo cual la observación indirecta fue muy útil para que los actores clave proporcionen información acerca de nuevos atractivos.

9.2. Objetivo 2: Diseñar productos turísticos del cantón, en función de los planes de desarrollo y la realidad de los territorios

Para el cumplimiento del segundo objetivo se basó de la Metodología “Manual para la Planificación de Productos Turísticos del MINCETUR”, logrando desarrollar un nuevo producto turístico para el cantón Pujilí, cabe mencionar que está compuesto por tres pasos, mismos que son: el análisis del destino, la conceptualización del producto turístico y el diseño del producto turístico.

Tabla 10*Manual para la Planificación de Productos Turísticos del MINCETUR*

1. Análisis del destino
1.1. Delimitación del destino turístico: Se basó del PDOT del cantón Pujilí y se colocó características relevantes como la población, la temperatura, la división política, la accesibilidad, los atractivos turísticos, actividades, servicios directamente relacionados con la actividad turística y servicios básicos.
1.2. Análisis del mercado turístico y las inversiones: Se basó en el análisis de la demanda turística específicamente del GeoVit (Geoportal de visitas turísticas internas), asimismo, se efectuó el perfil del turista para lo cual se realizó una encuesta por un cuestionario de 13 preguntas a turistas nacionales y extranjeros, asimismo se hizo el análisis de la oferta turística (atractivos turísticos, planta turística y actividades turísticas) y por último el análisis de las inversiones (públicas y privadas).
2. Conceptualización del producto turístico
Se planteó una temática principal, conjuntamente con las características y elementos que poseerán el producto turístico.
3. Diseño del producto turístico
3.1. Descripción detallada del producto turístico: Se resaltaron las propiedades y particularidades del producto, acorde al perfil del turista.
3.2. Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico: Se distribuyó por atractivos turísticos, planta turística y actividades.
<i>Nota:</i> Datos tomados del Manual para la Planificación de Productos Turísticos (MINCETUR, 2014).

9.2.1. Métodos

- **Bibliográfico**

“El método bibliográfico es la operación documental de recuperar un conjunto de documentos o referencias bibliográficas sobre un determinado tema” (Goris, 2015, p. 1); en el trabajo de investigación este tipo de método permitió basarse de los instrumentos tanto del PDOT del cantón Pujilí permitiendo conocer la realidad del territorio, es decir saber acerca del estado actual y todo lo que posee el cantón Pujilí, como también del Manual para la Planificación de Productos Turísticos del MINCETUR, logrando de esa manera diseñar un producto turístico acorde al perfil del turista.

- **Inductivo**

“El método inductivo sirve para estudiar los fenómenos o problemas desde lo particular hacia lo general” (Rodríguez & Pérez, 2017, p. 10); de tal manera que este tipo de método fue de gran importancia, porque se utilizó para analizar los fenómenos encontrados en los hechos de investigación, adquiriendo información para plantearse la creación de un adecuado producto turístico acorde al estado actual del territorio del cantón Pujilí, conjuntamente con los atractivos

existentes en el sector y al perfil del turista, consiguiendo así el diseño de una nueva ruta turística.

9.2.2. Técnicas

- **Análisis documental**

“El análisis documental se caracteriza por explorar todo aquello que se haya escrito acerca de un específico tema” (Díaz, 2018, p. 32); se apoyó en esta técnica, a través de la revisión del Manual para la Planificación de Productos Turísticos del MINCETUR basándose así de sus pasos y también del PDOT logrando tener un concepto claro del diagnóstico situacional del cantón Pujilí.

- **Encuestas**

“Las encuestas son una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, que tiene como fin obtener una gran variedad de características sobre una población” (Chiner, 2018, p. 2); en el presente trabajo de investigación las encuestas fueron clave para conocer el perfil del turista y así poder crear el producto turístico.

Cabe mencionar que, para sacar el total de las encuestas, se basó del número de turistas que han ingresado a la Laguna de Quilotoa en el año 2020 siendo estos 84.376.

A partir de los turistas, se procedió a determinar la muestra:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

n= Tamaño de la muestra = ?

Z= Nivel de confiabilidad = 1,92

P= Probabilidad de ocurrencia = 0,50

Q= Probabilidad de no ocurrencia = 0,50

N= Población = 84.376

e= Error de muestreo = 0,05

$$n = \frac{3,8416 * 0,50 * 0,50 * 84.376}{3,8416 * 0,50 * 0,50 \div 84.376 * 0,0025}$$

$$n = \frac{81.034,71}{211,90}$$

$$n = 382,42 \quad < > 382$$

Posteriormente, se realizó un cuestionario, mismo que está estructurado de 13 preguntas, asimismo se procedió a efectuar el análisis e interpretación de los resultados. (Apéndice 4)

- **Salidas de campo**

“Las salidas de campo son la recolección de datos cualitativos que tienen como propósito recopilar datos nuevos de fuentes primarias” (Álvarez, 2017, p. 62); esta técnica fue muy importante para poder efectuar 382 encuestas hacia turistas tanto nacionales como extranjeros, consiguiendo de esa manera obtener datos referentes sobre el perfil del turista, cabe señalar que se efectuaron 3 salidas de campo.

Tabla 11

Cronograma de salidas de campo

Fecha	Ubicación	Descripción
10-02-2023	Laguna de Quilotoa.	Aplicación de la encuesta.
11-02-2023	Laguna de Quilotoa.	Aplicación de la encuesta.
12-02-2023	Parroquia Pujilí.	Aplicación de la encuesta.

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

9.3. Objetivo 3: Crear estrategias de promoción y difusión, mediante el University Tourism Center

Para el cumplimiento del tercer objetivo se basó en las Matrices FODA, MEFI, MEFE, FODA estratégico y se propuso un Plan de Acción.

9.3.1. Método

- **Inductivo**

“El método inductivo sirve para estudiar los fenómenos o problemas desde lo particular hacia lo general” (Rodríguez & Pérez, 2017, p. 10); de tal modo que este tipo de método fue de gran importancia, porque se utilizó para analizar los fenómenos encontrados en los hechos de investigación y adquirir información planteándose la creación de nuevas y distintas estrategias tanto de promoción como de difusión.

9.3.2. Técnicas

- **Visitas in situ**

“Las visitas in situ es un proceso de evaluación que permite el acercamiento con actores de una comunidad” (MESICIC, 2017, p. 1); por ende se empleó esta técnica, porque permitió trasladarse hacia la zona, con el fin de poder reunir a un grupo de personas inmersas en los establecimientos de prestadores de servicios turísticos del cantón Pujilí, consiguiendo saber acerca de varios temas como: la conectividad a internet, también de los medios de comunicación y de las redes sociales más utilizadas, para aquello se realizaron 2 visitas in situ.

Tabla 12

Cronograma de visitas in situ

Fecha	Ubicación	Descripción
05-01-2023	Parroquia Zumbahua.	Realización del focus group a los prestadores de servicios turísticos.
06-01-2023	Parroquia Pujilí.	Realización del focus group a los prestadores de servicios turísticos.

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

- **Focus group**

“El focus group es una discusión informal entre un grupo de personas, sobre un tema en específico” (Ruiz, 2018, p. 4); por lo tanto se usó esta técnica porque se logró reunir a un grupo de personas que en este caso fueron los prestadores de servicios turísticos de la zona específicamente de las parroquias de Zumbahua y Pujilí, logrando abordar un conversatorio y saber sus opiniones acerca del tema de promoción y difusión.

Posteriormente, se emplearon varios instrumentos como:

- **Matriz FODA**

“La Matriz FODA es una herramienta que tiene como propósito efectuar una evaluación de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas” (Galileo, 2019, p. 1); por lo cual se utilizó este instrumento porque permitió sistematizar toda la información obtenida en el focus group, distribuyendo así acorde sea una fortaleza (factor interno), oportunidad (factor externo), debilidad (factor interno) o amenaza (factor externo).

Tabla 13*Matriz FODA*

FACTORES	POSITIVOS	NEGATIVOS
Internos	Fortalezas	Debilidades
Externos	Oportunidades	Amenazas

Nota: A partir del análisis FODA (Galileo, 2019).

- **Matriz MEFI**

“La Matriz MEFI tiene como finalidad analizar las fortalezas y debilidades de una determinada entidad o zona de estudio” (Riveroll, 2019, pp. 8-16); se basó de este instrumento, para colocar los factores internos es decir las fortalezas y debilidades, dándole una ponderación que al final debe sumar 1, además una calificación en donde pueden tener distintos valores, siendo así 3 si la fortaleza es baja y 4 si la fortaleza es alta, mientras que para las debilidades 1 para las altas y 2 para bajas, por último, el promedio que viene de multiplicar tanto la ponderación como la calificación.

Tabla 14*Matriz MEFI*

Factores internos clave	Ponderación	Calificación	Promedio
Fortalezas			
F1			
F2			
F3			
F4			
F5			
Debilidades			
D1			
D2			
D3			
D4			
D5			
Total			

Nota: A partir del análisis MEFI (Riveroll, 2019).

- **Matriz MEFE**

“La Matriz MEFE tiene como propósito analizar las oportunidades y amenazas ya sea de una entidad o zona en particular” (Riveroll, 2019, pp. 8-16); se utilizó este instrumento, colocando los factores externos es decir las oportunidades y las amenazas, dándoles una

ponderación que deben sumar 1, también de una calificación en donde pueden ser evaluadas con un determinando valor, siendo así 3 si la oportunidad es baja y 4 si la oportunidad es alta, en tanto que para las amenazas 1 para las altas y 2 para las bajas, finalmente el promedio que viene de multiplicar la ponderación por la calificación.

Tabla 15

Matriz MEFE

Factores externos clave	Ponderación	Calificación	Promedio
Oportunidades			
O1			
O2			
O3			
O4			
O5			
Amenazas			
A1			
A2			
A3			
A4			
A5			
Total			

Nota: A partir del análisis MEFE (Riveroll, 2019).

- **Matriz FODA estratégico**

“La Matriz FODA estratégico está compuesto por cuatro estrategias: ofensivas, de adaptación, de supervivencia y defensivas” (Oña & Vega, 2018, pp. 439-440); se empleó esta Matriz para lograr crear distintas estrategias ofensivas (F+O), que se encargan en utilizar las fortalezas para aprovechar las oportunidades, también estrategias de adaptación (D+O), que se fundamentan en superar las debilidades aprovechando las oportunidades, asimismo, estrategias de supervivencia (F+A), que se enfocan en usar las fortalezas para reaccionar y poder atender las amenazas de la mejor forma y por último estrategias defensivas (D+A), que buscan minimizar las debilidades y evitar las amenazas, logrando de esa manera seleccionar las más importantes para el Plan de Acción.

Tabla 16

Matriz FODA estratégico

Matriz FODA estratégico	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
	F1:	D1:
	F2:	D2:

	F3:	D3:
	F4:	D4:
	F5:	D5:
Oportunidades (O)	F+O=Estrategias ofensivas	D+O=Estrategias de adaptación
O1:		
O2:		
O3:		
O4:		
O5:		
Amenazas (A)	F+A=Estrategias de supervivencia	D+A=Estrategias defensivas
A1:		
A2:		
A3:		
A4:		
A5:		

Nota: A partir del análisis FODA estratégico (Oña & Vega, 2018).

- **Plan de Acción**

“El Plan de Acción es una presentación resumida que engloban las tareas, el tiempo y recursos económicos” (Morales, 2018, p. 1); por lo cual se hizo el uso de este instrumento, para escoger las estrategias con mayor importancia del FODA estratégico, cuyo Plan está constituido por las tácticas, es decir las distintas acciones que se efectuarán, los responsables, que se enfoca a las personas que estarán encargadas, el tiempo, que se relaciona al lapso que se demorará al efectuar cada táctica y el presupuesto, que se orienta a la parte económica que se necesitará.

Tabla 17

Plan de Acción

Tipo de estrategia	Estrategia	Tácticas	Responsables	Tiempo	Presupuesto
---------------------------	-------------------	-----------------	---------------------	---------------	--------------------

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

- **Cantón Pujilí**

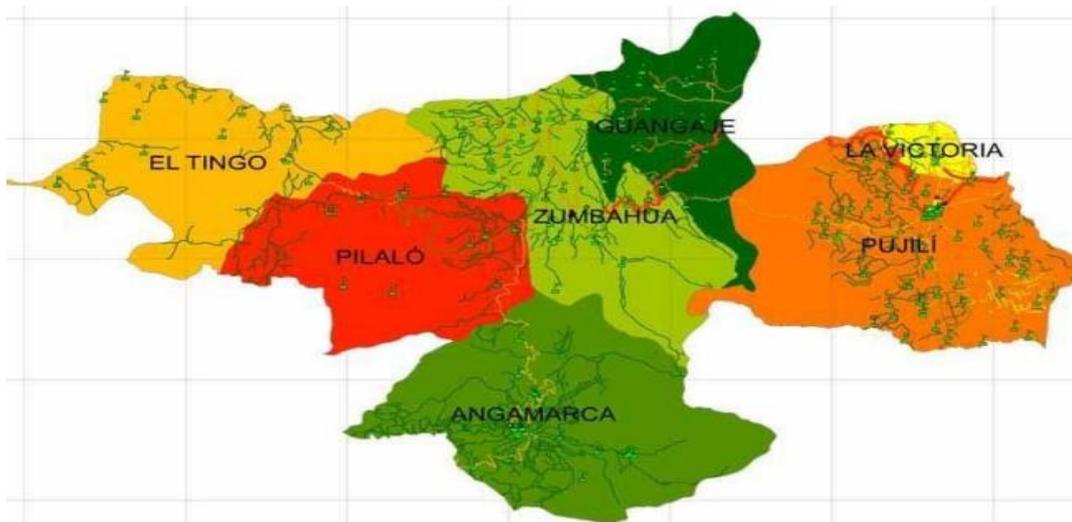
El cantón Pujilí se encuentra ubicado en la provincia de Cotopaxi, en la zona central del Ecuador, su extensión territorial es de 1329.277846 km².

Limita al norte: con los cantones Sigchos, Saquisilí y Latacunga; al sur: con Pangua y la provincia del Tungurahua; al este: con Saquisilí, Latacunga y Salcedo; y al oeste: con la

Maná y Pangua, por otro lado, su rango altitudinal se encuentra entre 240 msnm (baja) y 4.560 msnm (alta). (Plan de Desarrollo Turístico, 2022, p. 37).

Mapa 1

Cantón Pujilí



Nota: Tomado del Sistema nacional de información (SNI, 2015).

10.1. Validación del inventario de atractivos turísticos

El resultado esperado del primer objetivo fue el inventario validado de los distintos atractivos turísticos existentes dentro del cantón Pujilí, pero cabe mencionar que la página del MINTUR no cuenta con las fichas de inventario de los atractivos del sector, por lo cual se efectuó 5 salidas de campo al GAD Municipal del cantón, para recopilar información del registro que llevan el aval de las personas que están encargadas en el ámbito turístico de la zona, debido a que ellos si han levantado las fichas del MINTUR de cada atractivo, consiguiendo así un total de 34 atractivos, además el último levantamiento fue en diciembre del año 2021.

10.1.1. Sitios naturales

Dentro de los sitios naturales destacan 9 atractivos, distribuidos 3 en la parroquia de Zumbahua con jerarquías que están entre II y III, 2 en la parroquia de Pujilí con jerarquías de II, 1 en la parroquia el Tingo con jerarquía de III, 1 en la parroquia de Angamarca con jerarquía de II, 1 en la parroquia de la Victoria con jerarquía de II y 1 en la parroquia de Pilaló con jerarquía I.

Tabla 18*Sitios naturales*

N°	Atractivo	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1	Laguna de Quilotoa	Zumbahua	Sitio natural	Ambiente lacustre	Laguna	III
2	Mirador del Cañón Toachi	Zumbahua	Sitio natural	Fenómenos geológicos	Cañón	II
3	Complejo Montañoso Thzirimatzi	Zumbahua	Sitio natural	Montañas	Media montaña	III
4	Mirador del Sinchaguasín	Pujilí	Sitio natural	Montañas	Baja montaña	II
5	Aguas Termales de Aluchán	Pujilí	Sitio natural	Aguas subterráneas	Manantial de agua termal	II
6	Cascadas del Milagro	El Tingo	Sitio natural	Ríos	Cascada	III
7	Formaciones Rocosas el Chivo	Angamarca	Sitio natural	Montañas	Media montaña	II
8	Páramos del Mortiñal	La Victoria	Sitio natural	Bosques	En páramo	II
9	Agua Mineral el Salado	Pilaló	Sitio natural	Aguas subterráneas	Manantial de agua mineral	I

Nota: Datos obtenidos del (Plan de Desarrollo Turístico, 2022).

10.1.2. Manifestaciones culturales

Dentro de las manifestaciones culturales destacan 25 atractivos, distribuidos 6 en la parroquia de Zumbahua con jerarquías que están entre II y III, 8 en la parroquia de Pujilí con jerarquías que están entre II y III, 2 en la parroquia del Tingo con jerarquías de II, 2 en la parroquia de Angamarca con jerarquías de II, 2 en la parroquia de la Victoria con jerarquías de II, 3 en la parroquia de Pilaló con jerarquías que están entre II y III y 2 en la parroquia de Guangaje con jerarquías de II.

Tabla 19*Manifestaciones culturales*

N°	Atractivo	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1	Mirador de Cristal Shalalá	Zumbahua	Manifestación cultural	Arquitectura	Infraestructura recreativa	III

2	Galerías Artesanales de Tigua	Zumbahua	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Artesanías y artes	II
3	Galería Artesanal Quilotoa	Zumbahua	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Artesanías y artes	III
4	Fiestas del Inti Raymi de Zumbahua	Zumbahua	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II
5	Fiestas de Reyes en Zumbahua	Zumbahua	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II
6	Fiestas del Pawkar Raymi de Quilotoa	Zumbahua	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	III
7	Centro Histórico de Pujilí	Pujilí	Manifestación cultural	Arquitectura	Área histórica	II
8	Edificio Municipal de Pujilí	Pujilí	Manifestación cultural	Arquitectura	Histórica/Vernácula	III
9	Iglesia Matriz de Pujilí	Pujilí	Manifestación cultural	Arquitectura	Histórica/Vernácula	II
10	Los Danzantes de Pujilí	Pujilí	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Música y danza	II
11	Octavas del Corpus Christi en Pujilí	Pujilí	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	III
12	Santuario del Niño de Isinche	Pujilí	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	III

13	Artesanías en Miniatura de Pujilí	Pujilí	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Artesanías y artes	II
14	Hornados y Morcillas de Pujilí	Pujilí	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía	II
15	Vestigios de las Minas de Macuchi	El Tingo	Manifestación cultural	Arquitectura	Área histórica	II
16	Fiestas del Diez de Agosto en la Esperanza	El Tingo	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II
17	Fiesta de los Caporales-Angamarca, Cotopaxi	Angamarca	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II
18	La Arreada de Ganado	Angamarca	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II
19	Alfarería de la Victoria	La Victoria	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Ferias y mercados	II
20	Feria de Finados de la Victoria	La Victoria	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Ferias y mercados	II
21	Criadero de Alpacas de Apahua	Pilaló	Manifestación cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Centros agropecuarios y pesqueros	II
22	El Aguado de Gallina de Pilaló	Pilaló	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía	III
23	Fiestas de Fundación de Apahua	Pilaló	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II
24	Centro Artesanal Arco Iris	Guangaje	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Artesanías y artes	II

25	Pucará-El Tingo Guangaje	Guangaje	Manifestación cultural	Arquitectura	Área arqueológica	II
----	--------------------------	----------	------------------------	--------------	-------------------	----

Nota: Datos obtenidos del (Plan de Desarrollo Turístico, 2022).

10.1.3. Check list

Posteriormente, a través de 11 salidas de campo se pudo realizar el Check list, permitiendo conocer el estado actual de cada atractivo, además gracias a los actores clave se logró encontrar 5 atractivos nuevos. También, se llenó las fichas del MINTUR y se realizó tanto la ponderización como la jerarquización de cada atractivo nuevo, pero cabe mencionar que hubo cierta información de las secciones de la ficha que no se logró obtener, debido a que los actores clave desconocían algunas partes.

10.1.3.1. Atractivos nuevos

En los atractivos nuevos destacan 5, en donde 4 son sitios naturales y 1 manifestación cultural, distribuidos 3 en la parroquia de Zumbahua con jerarquías de II, 1 en la parroquia de Pilaló con jerarquía de II y 1 en la parroquia de Angamarca con jerarquía II.

Tabla 20

Atractivos nuevos

N°	Atractivo	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1	Laguna Cóndor Cocha	Zumbahua	Sitio natural	Ambientes lacustres	Laguna	II
2	Lago Cusco	Zumbahua	Sitio natural	Ambientes lacustres	Lago	II
3	Mirador de Cristal Quilotoa	Zumbahua	Manifestación cultural	Arquitectura	Infraestructura recreativa	II
4	Cueva Minus Uctu	Pilaló	Sitio natural	Fenómenos espeleológicos	Cueva	II
5	Cascada Cueva de los Tayos	Angamarca	Sitio natural	Ríos	Cascada	II

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

10.1.3.2. Total de atractivos turísticos

Por ende, el número total de atractivos para el año 2021 según el registro del GAD Municipal del cantón Pujilí fue de 34, mientras que con los atractivos nuevos identificados para

el año 2022 serían 39, pero un atractivo ya no existe, por lo cual en la actualidad existen 38 atractivos, cabe mencionar que la mayoría de atractivos naturales se encuentran en la parroquia de Zumbahua, mientras que la mayoría de atractivos culturales están en la parroquia de Pujilí.

Tabla 21

Total de atractivos turísticos

Categoría	N°
Sitios Naturales	13
Manifestaciones Culturales	25
Total	38

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Tabla 22

Total de atractivos turísticos basados en el “Check list”

N°	Atractivo	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Existencia del atractivo	
							Si	No
1	Laguna de Quilotoa	Zumbahua	Sitio natural	Ambiente lacustre	Laguna	III	✓	
2	Mirador del Cañón Toachi	Zumbahua	Sitio natural	Fenómenos geológicos	Cañón	II	✓	
3	Complejo Montañoso o Thzirimatzi	Zumbahua	Sitio natural	Montañas	Media montaña	III	✓	
4	Mirador del Sinchagua sún	Pujilí	Sitio natural	Montañas	Baja montaña	II	✓	
5	Aguas Termales de Aluchán	Pujilí	Sitio natural	Aguas subterráneas	Manantial de agua termal	II	✓	
6	Cascadas del Milagro	El Tingo	Sitio natural	Ríos	Cascada	III	✓	
7	Formaciones Rocosas el Chivo	Angamarca	Sitio natural	Montañas	Media montaña	II	✓	

8	Páramos del Mortiñal	La Victoria	Sitio natural	Bosques	En páramo	II	✓
9	Agua Mineral el Salado	Pilaló	Sitio natural	Aguas subterráneas	Manantial de agua mineral	I	✓
10	Mirador de Cristal Shalalá	Zumbahua	Manifestación cultural	Arquitectura	Infraestructura recreativa	III	✓
11	Galerías Artesanales de Tigua	Zumbahua	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Artesanías y artes	II	✓
12	Galería Artesanal Quilotoa	Zumbahua	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Artesanías y artes	III	✓
13	Fiestas del Inti Raymi de Zumbahua	Zumbahua	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II	✓
14	Fiestas de Reyes en Zumbahua	Zumbahua	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II	✓
15	Fiestas del Pawkar Raymi de Quilotoa	Zumbahua	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	III	✓
16	Centro Histórico de Pujilí	Pujilí	Manifestación cultural	Arquitectura	Área histórica	II	✓
17	Edificio Municipal de Pujilí	Pujilí	Manifestación cultural	Arquitectura	Histórica / Vernácula	III	✓
18	Iglesia Matriz de Pujilí	Pujilí	Manifestación cultural	Arquitectura	Histórica / Vernácula	II	✓

19	Los Danzantes de Pujilí	Pujilí	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Música y danza	II	✓
20	Octavas del Corpus Christi en Pujilí	Pujilí	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	III	✓
21	Santuario del Niño de Isinche	Pujilí	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	III	✓
22	Artesanías en Miniatura de Pujilí	Pujilí	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Artesanías y artes	II	✓
23	Hornados y Morcillas de Pujilí	Pujilí	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía	II	✓
24	Vestigios de las Minas de Macuchi	El Tingo	Manifestación cultural	Arquitectura	Área histórica	II	✓
25	Fiestas del Diez de Agosto en la Esperanza	El Tingo	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II	✓
26	Fiesta de los Caporales-Angamarca, Cotopaxi	Angamarca	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II	✓
27	La Arreada de Ganado	Angamarca	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas,	II	✓

					tradiciones y creencias populares		
28	Alfarería de la Victoria	La Victoria	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Ferias y mercados	II	✓
29	Feria de Finados de la Victoria	La Victoria	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Ferias y mercados	II	✓
30	Criadero de Alpacas de Apahua	Pilaló	Manifestación cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Centros agropecuarios y pesqueros	II	✓
31	El Aguado de Gallina de Pilaló	Pilaló	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía	III	✓
32	Fiestas de Fundación de Apahua	Pilaló	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II	✓
33	Centro Artesanal Arco Iris	Guangaje	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Artesanías y artes	II	✓
34	Pucará-El Tingo Guangaje	Guangaje	Manifestación cultural	Arquitectura	Área arqueológica	II	✓
35	Laguna Cóndor Cocha	Zumbahua	Sitio natural	Ambientes lacustres	Laguna	II	✓
36	Lago Cusco	Zumbahua	Sitio natural	Ambientes lacustres	Lago	II	✓
37	Mirador de Cristal Quilotoa	Zumbahua	Manifestación cultural	Arquitectura	Infraestructura recreativa	II	✓
38	Cueva Minus Uctu	Pilaló	Sitio natural	Fenómenos espeleológicos	Cueva	II	✓
39	Cascada Cueva de los Tayos	Angamarca	Sitio natural	Ríos	Cascada	II	✓

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Gracias al Check list se pudo evidenciar que, del total de atractivos, uno ya no existe mismo que es el “Centro Artesanal Arco Iris” ubicado en la parroquia de Guangaje.

10.2. Diseño del producto turístico

El resultado esperado del segundo objetivo fue el diseño de un producto turístico en el cantón Pujilí, para lo cual se seleccionó varios atractivos tanto de las parroquias Pujilí como de Zumbahua, así como también de nuevos atractivos identificados en las salidas de campo, cabe mencionar que se basó del PDOT del cantón y del Manual para la Planificación de Productos Turísticos, mismo que está compuesto por tres pasos, siendo estos: el análisis del destino, la conceptualización del producto turístico y el diseño del producto turístico, a su vez estos están estructurados por distintos apartados, asimismo se efectuó una encuesta para saber el perfil del turista.

10.2.1. Análisis del destino

10.2.1.1. Delimitación del destino turístico

El cantón Pujilí, se localiza en la región Interandina, específicamente en la provincia de Cotopaxi, su nombre proviene del kichwa y significa posada de juguetes, posee 69.055 habitantes, por otra parte, tiene una temperatura media que oscila entre los 6 y 28 °C, además está limitado al norte: con los cantones Sigchos, Saquisilí y Latacunga; al sur: con Pangua y la provincia de Tungurahua; al este: con Saquisilí, Latacunga y Salcedo; al oeste: con la Maná y Pangua, asimismo su división política es de siete parroquias, distribuidas en una urbana y seis rurales. (Campos, 2018, pp. 1-2)

10.2.1.1.1. Parroquia Urbana

✓ Pujilí (Matriz).

10.2.1.1.2. Parroquias Rurales

✓ La Victoria.

✓ Guangaje.

✓ Zumbahua.

✓ Angamarca.

✓ Pilaló.

✓ El Tingo.

Mapa 2

Cantón Pujilí



Nota: Tomado de (Enríquez, 2018).

10.2.1.1.3. Accesibilidad

La accesibilidad del cantón Pujilí, está compuesta por distintas operadoras, mismas que son interprovinciales, inter-parroquiales y mixtas (que pueden ser barrios, comunidades, centros poblados y en el interior), para lo cual se distribuyó en rutas, horas, frecuencias y el número de unidades. Asimismo, existe el servicio de taxis y el transporte de camionetas. (PDOT Pujilí, 2019, pp. 215-220)

10.2.1.1.3.1. Transporte al interior de Pujilí

Tabla 23

Transporte al interior de Pujilí

Nombre operadora	Rutas	Hora	Frecuencias	Número de unidades
CIA. La Merced de Pujilí S.A	Pujilí-Potrerillos-Cusubamba	06h00-07h00-08h00-09h00-11h30-14h00-16h00	9 frecuencias	9
	Cusubamba-Potrerillos-Pujilí	05h30-07h00-08h00-09h00-10h00-12h45-15h00	9 frecuencias	
	Alpamálag de San José-Pujilí	06h00-07h00-08h00	1 frecuencia de lunes a viernes 2 frecuencias sábado y domingo	
	Pujilí-Alpamálag	10h00-12h00-	1 frecuencia de	

de San José	13h00	lunes a viernes 2 frecuencias sábado y domingo
San José de Barba la “Y”- Pujilí	06h00-08h00- 10h00-11h00- 12h00-14h00- 16h00- 18h00	8 frecuencias
Pujilí-San José de Barba la “Y”	07h00-9h00- 11h00-12h00- 13h00-15h00- 17h00-19h00	8 frecuencias
Pujilí-Isinche Grande (San Juan)	06h00-06h30- 08h00-13h00- 16h00	4 frecuencias lunes, martes, jueves, viernes, sábado 1 frecuencia día miércoles
Isinche Grande (San Juan)-Pujilí	06h30-08h30- 13h30-16h30	4 frecuencias lunes, martes, jueves, viernes y sábado
Pujilí-Guangaje	13h00	1 frecuencia
Guangaje-Pujilí	05h00	1 frecuencia
Pujilí- Yacubamba	13h00-16h00	2 frecuencias
Yacubamba- Pujilí	06h00-14h00	2 frecuencias
Pujilí-Quilotoa	06h00	1 frecuencia
Quilotoa-Pujilí	13h00	1 frecuencia

Nota: Tomado del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Pujilí (PDOT Pujilí, 2019).

La operadora de transporte interprovincial CIA. La Merced de Pujilí S.A, es la única que funciona al interior de Pujilí, además cuenta con 9 unidades, asimismo cubre distintas rutas como: Potrerillos, Cusubamba, Alpamálag de San José, Isinche Grande, Guangaje, Yacubamba y Quilotoa.

10.2.1.1.3.2. Transporte interprovincial

Tabla 24

Transporte interprovincial

Nombre operadora	Rutas	Hora	Frecuencias	Número de unidades
Cooperativa Pujilí	Pujilí-Valencia	07h00	1 frecuencia	31
	Valencia-Pujilí	04h45	1 frecuencia	

Latacunga-Angamarca	08h00-10h00- 11h00-14h00- 15h00	5 frecuencias
Angamarca-Latacunga	05h00-08h00- 9h00-11h00- 13h00	5 frecuencias
Latacunga-El Corazón	08h30-09h30- 13h30- 16h30	4 frecuencias
El Corazón-Latacunga	08h30-10h00- 11h00-15h00	4 frecuencias
Latacunga-Pujilí y viceversa	05h50-06h00- 06h50-07h00- 07h50-08h00- 08h50-09h00- 09h50-10h00- 10h50-11h00- 11H50- 12h00-12h50- 13h00-13h50- 14h00-14h50- 15h00-15h50- 16h00-16h50- 17h00-17h50- 18h00-18h50- 19h00	28 frecuencias
Pujilí-San Juan-Isinche	05h30-07h00- 07h30-08h00- 08h30-09h00- 09h30-10h00- 10h30-11h00- 11h30-12h00- 12h30-13h00- 13h30-14h00- 14h30-15h00- 15h30-16h00- 16h30	21 frecuencias los días domingos
Isinche-San Juan-Pujilí	08h30-09h00- 09h30-10h00- 10h30-11h00- 11h30-12h00- 12h30-13h00- 13h30-14h00- 15h00	13 frecuencias los días miércoles
Latacunga-San Juan-Isinche	07h30-08h00	2 frecuencias los domingos
Isinche-San Juan-Latacunga	09h45-10h00	2 frecuencias los domingos
Pujilí-La Gloria	08h00	1 frecuencia los domingos

La Gloria-Pujilí	13h00	1 frecuencia los domingos
Pujilí-Cuturiví Chico	08h30	1 frecuencia los domingos
Cuturiví Chico-Pujilí	13h30	1 frecuencia los domingos
Pujilí-Cuturiví Grande	08h00	1 frecuencia los domingos
Cuturiví Grande-Pujilí	14h00	1 frecuencia los domingos
Pujilí-Canchagua	07h00	1 frecuencia los domingos
Canchagua-Pujilí	10h30	1 frecuencia los domingos
Pujilí-San Gerardo	08h00	1 frecuencia los domingos
San Gerardo-Pujilí	11h30	1 frecuencia los domingos
Pujilí-Cruzpamba	08h30	1 frecuencia los domingos
Cruzpamba-Pujilí	13h30	1 frecuencia los domingos
Pujilí-San Isidro	08h30	1 frecuencia los domingos
San Isidro-Pujilí	13h00	1 frecuencia los domingos
Pujilí-Yacubamba	07h00	1 frecuencia los domingos
Yacubamba-Pujilí	11h30	1 frecuencia los domingos
Pujilí-Cochaloma	08h00	1 frecuencia los domingos
Cochaloma-Pujilí	12h30	1 frecuencia los domingos

Nota: Tomado del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Pujilí (PDOT Pujilí, 2019).

La operadora de transporte interprovincial Cooperativa Pujilí, cuenta con 31 unidades, asimismo cubre distintas rutas como: Valencia, Angamarca, El Corazón, San Juan, Isinche, La Gloria, Cuturiví Chico y Grande, Canchagua, San Gerardo, Cruzpamba, San Isidro, Yacubamba y Cochaloma.

10.2.1.1.3.3. Transporte inter-parroquial, para barrios y comunidades

Tabla 25

Transporte inter-parroquial, para barrios y comunidades

Nombre operadora	Rutas	Hora	Frecuencias	Número de unidades
Cooperativa 14 de Octubre	La Victoria-Saquisilí	06h00-07h00-08h00-09h00-10h00-11h00-12h00	7 frecuencias	31
	Saquisilí-La Victoria (Vía Latacunga)	12h00-13h00-14h00-15h00-16h00-17h00-18h00	7 frecuencias	
	Latacunga-Zumbahua	11h00	1 frecuencia solo los días feriados retorno día siguiente	
	Zumbahua-Latacunga	16h00	1 frecuencia	
	Latacunga-Pujilí	06h20-06h30-07h20-07h30-08h20-08h30-09h20-09h30-10h20-10h30-11h20-11h30-12h20-12h30-13h20-13h30-14h20-14h30-15h20-15h30-16h20-16h30-17h20-17h30-18h20-18h30-19h20-19h30	28 frecuencias	
Pujilí-Latacunga	06h20-06h30-07h20-07h30-08h20-08h30-09h20-09h30-10h20-10h30-11h20-11h30-12h20-12h30-13h20-13h30-14h20-14h30-15h20-15h30-16h20-16h30-17h20-17h30-18h20-18h30-19h20-19h30	28 frecuencias		

Latacunga-Pujilí-Guantualó (Vía Guangaje)	13h00	1 frecuencia
Guantualó-El Salado-Pujilí-Latacunga (Vía Guangaje)	04h00-06h00	1 frecuencia día lunes 1 frecuencia día domingo

Nota: Tomado del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Pujilí (PDOT Pujilí, 2019).

La operadora de transporte Cooperativa 14 de Octubre, cuenta con 31 unidades y sirve tanto a los barrios como comunidades: La Victoria, Saquisilí, Latacunga, Zumbahua, Pujilí, El Guantualó y El Salado.

10.2.1.1.3.4. Transporte para centros poblados

Tabla 26

Transporte para centros poblados

Nombre operadora	Rutas	Número de unidades
Cooperativa Vivero	Atiende los centros poblados de Alpamálag, de Acurios, Pujilí, Latacunga, Zumbahua, Saquisilí, Guangaje y La Cocha	28

Nota: Tomado del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Pujilí (PDOT Pujilí, 2019).

La operadora de transporte Cooperativa Vivero, cuenta con 28 unidades y atiende a distintos poblados: Alpamálag, de Acurios, Pujilí, Latacunga, Zumbahua, Saquisilí, Guangaje y La Cocha.

Por otro lado, el eje vial E30 Latacunga-La Maná atraviesa la cabecera cantonal Pujilí y por diferentes parroquias como Zumbahua, Pilaló y El Tingo, las cooperativas que circulan por esta ruta, salen y entran hacia el terminal terrestre de Pujilí son:

- ✓ Latacunga.
- ✓ Cotopaxi.
- ✓ Ciro.
- ✓ La Maná.
- ✓ Macuchi.
- ✓ Cevallos.
- ✓ Salcedo.

Cabe mencionar que las cooperativas Cevallos y Salcedo, toman la ruta Apahua-Angamarca-El Corazón. (PDOT Pujilí, 2019, p. 216)

10.2.1.1.3.5. Servicio de taxis

Tabla 27

Servicio de taxis

Nombre operadora	Número de unidades	Parroquia	Sitio de estacionamiento
Cooperativa Rutas del Cantón Pujilí	17	Pujilí	Calzada norte de la calle Rafael Morales
Cooperativa Dr. Pablo Herrera	17	Pujilí	Calzada oriental de la calle Sucre

Nota: Tomado del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Pujilí (PDOT Pujilí, 2019).

Dentro del servicio de taxis, existen dos cooperativas mismas que son: Rutas del Cantón Pujilí y Dr. Pablo Herrera, asimismo cuentan cada una con 17 unidades.

10.2.1.1.3.6. Transporte de camionetas

Tabla 28

Transporte de camionetas

Nombre operadora	Número de unidades	Parroquia
Cooperativa Sucre Ltda.	25	Pujilí
Cooperativa Niño Isinche	26	Pujilí
Cooperativa Sinchahusin	28	Pujilí
Cía. Servigloria S.A	10	Pujilí
Cía. Ramos Pamba S.A	21	Pujilí
Cía. Yubamba S. A	3	Pujilí
Cía. Maca Grande S.A	3	La Victoria
Cía. Quizacumbe Ltda.	13	La Victoria
Cía. Zumbahua Quilotoa C.A	4	Zumbahua

Nota: Tomado del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Pujilí (PDOT Pujilí, 2019).

Dentro del transporte de camionetas, sobresalen nueve cooperativas en donde: seis pertenecen a la parroquia Pujilí, dos a la parroquia La Victoria y una a la parroquia Zumbahua.

10.2.1.1.4. Atractivos turísticos

Dentro de los atractivos turísticos, destacan 38 en total, en donde 13 son sitios naturales, mientras que 25 son manifestaciones culturales.

Cabe recalcar que, para la propuesta del diseño del nuevo producto turístico, se ha

seleccionado ciertos atractivos de las parroquias Pujilí y Zumbahua, conjuntamente con algunos de los atractivos nuevos que se identificó en las salidas de campo.

Tabla 29

Atractivos turísticos

N°	Parroquia	Atractivo	Categoría
1	Pujilí	Santuario del Niño de Isinche	Manifestación cultural
2	Pujilí	Mirador del Sinchaguasín	Sitio natural
3	Pujilí	Hornados y Morcillas de Pujilí	Manifestación cultural
4	Zumbahua	Lago Cusco	Sitio natural
5	Zumbahua	Galerías Artesanales de Tigua	Manifestación cultural
6	Zumbahua	Complejo Montañoso Thzirimatzi	Sitio natural
7	Zumbahua	Laguna Cóndor Cocha	Sitio natural
8	Zumbahua	Mirador del Cañón Toachi	Sitio natural
9	Zumbahua	Galería Artesanal Quilotoa	Manifestación cultural
10	Zumbahua	Mirador de Cristal Quilotoa	Manifestación cultural

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

10.2.1.1.5. Actividades

En las actividades que se pueden desarrollar en el cantón Pujilí, sobresalen algunas entre ellas están el senderismo, cicloturismo, caminata, degustación de platos tradicionales, fotografías, compra de artesanías, escalada, cabalgata, observación de flora y fauna, visita a talleres artísticos, participación en talleres artísticos, visita a talleres artesanales, participación en talleres artesanales, entre otras. (Plan de Desarrollo Turístico, 2022, p. 115)

10.2.1.1.6. Servicios directamente relacionados con la actividad turística

El cantón Pujilí cuenta con varios establecimientos prestadores de servicios turísticos de alojamiento, alimentos y bebidas, transporte turístico, guías turísticos, ocio y recreación, entre otros.

10.2.1.1.6.1. Alojamiento

Tabla 30

Alojamiento

N°	Nombre	Parroquia	Clasificación	Categoría
1	Casa la Victoria	La Victoria	Hostería	3 estrellas
2	Hostal el Danzante	Pujilí	Hostal	1 estrellas
3	Hostería Alpaka Quilotoa	Zumbahua	Hostería	3 estrellas
4	Hostería Chukirawa	Zumbahua	Hostería	3 estrellas
5	Hostería el Aliso	Pujilí	Hostería	3 estrellas
6	Hostería la Posada de Homero	El Tingo	Hostal	2 estrellas
7	Hostería Ñungañan	El Tingo	Hostería	3 estrellas
8	La Posada de Tigua	Zumbahua	Hacienda turística	3 estrellas
9	Martita's House	Zumbahua	Hostal	2 estrellas
10	Mirador Oro Verde	Zumbahua	Hostal	2 estrellas
11	Navardun	Pujilí	Hotel	2 estrellas
12	Runa Wasi Lodge	Zumbahua	Hostería	3 estrellas

Nota: Datos obtenidos del (Plan de Desarrollo Turístico, 2022).

El servicio turístico de alojamiento, está compuesto por 12 establecimientos.

10.2.1.1.6.2. Alimentos y bebidas

Tabla 31

Alimentos y bebidas

N°	Nombre	Parroquia	Clasificación	Categoría
1	Asadero el Clásico	Pujilí	Restaurante	2 tenedores
2	Asadero el Mana	Pujilí	Restaurante	2 tenedores
3	Bar Karaoke el Caporal	Pujilí	Bar	2 copas
4	Café Bar el Compita	Pujilí	Bar	2 copas
5	Coco-Barril	Pujilí	Bar	1 copa
6	El Café-Tal	Pujilí	Bar	1 copa
7	Fanny Lu Paradero los Guarumos	El Tingo	Restaurante	2 tenedores
8	Kalu	Pujilí	Bar	1 copa

9	Karu Ñan	Zumbahua	Restaurante	2 tenedores
10	La Taverna de Chino Navas	Pujilí	Bar	2 copas
11	On	Pujilí	Bar	2 copas
12	Pizzería Doña Teresita	Zumbahua	Restaurante	2 tenedores
13	Remembranzas	Pujilí	Restaurante	2 tenedores
14	Restaurante Sisa Pakary	Zumbahua	Restaurante	1 tenedor
15	Ruskaya's	Pujilí	Bar	1 copa
16	Uñaguille Brew Pub	Pujilí	Bar	2 copas

Nota: Datos obtenidos del (Plan de Desarrollo Turístico, 2022).

El servicio turístico de alimentos y bebidas, está compuesto por 16 establecimientos.

10.2.1.1.6.3. Transporte turístico

Tabla 32

Transporte turístico

N°	Compañías	Categoría	Dirección	Teléfono
1	Compañía de transporte turístico Comilpatria	Servicio Trans. Terres. Turis.	Latacunga, cabecera cantonal y capital provincial	0983176054
2	Compañía de transporte turístico Cottullari	Servicio Trans. Terres. Turis.	Latacunga, cabecera cantonal y capital provincial	2814285
3	Vianeytour S.A	Servicio Trans. Terres. Turis.	La Maná, cabecera cantonal	0232695104
4	Touringcotax S.A	Servicio Trans. Terres. Turis.	Tanicuchí	0998743595

Nota: Datos obtenidos del (Plan de Desarrollo Turístico, 2022).

El servicio turístico de transporte, en el cantón no existen registrados en el catastro del MINTUR, sin embargo, a nivel de provincia, existen 4 compañías.

10.2.1.1.6.4. Centro de turismo comunitario

Tabla 33

Centro de turismo comunitario

N°	Nombre	Parroquia	Clasificación	Categoría
----	--------	-----------	---------------	-----------

1	Org. Comunitaria de Desarrollo Turístico Lago Verde	Zumbahua	Centro de turismo comunitario	Única
---	---	----------	-------------------------------	-------

Nota: Datos obtenidos del (Plan de Desarrollo Turístico, 2022).

El servicio turístico de centro de turismo comunitario, está compuesto únicamente por 1 establecimiento.

10.2.1.1.6.5. Guías turísticos

Tabla 34

Guías turísticos

N°	Nombres	Idiomas	Clasificación	Área protegida
1	Iván Elías Toro Navas	Español	Guía local	N/A
2	José Marcelo Pastuña Jati	Español, kichwa	Guía local	N/A
3	Marcial Augusto Enríquez Moya	Español, inglés	Guía nacional especializado en patrimonio	N/A
4	César Lutuala Lutuala	Español	Guía local	N/A
5	Nelson Rodrigo Pastuña Pastuña	Español, inglés	Guía nacional especializado en patrimonio	N/A
6	Manuel Latacunga Pastuña	N/A	Guía local	ANR. El Boliche, RE. Los Ilinizas, PN. Cotopaxi
7	Eduardo Pastuña	N/A	Guía local	N/A
8	Wilson Javier Navarro Tapia	Español, inglés	Guía nacional especializado en patrimonio	N/A
9	Humberto Cuchipe Guamangate	Español	Guía local	N/A
10	César Ricardo Toaquiza Chiguano	Español	Guía local	N/A
11	David Gustavo Cayancela Llugsha	Español	Guía local	PN. Cotopaxi, RE. Los Ilinizas, ANR. El Boliche
12	Martha Esther Cusco Ante	N/A	Guía local	RE. Los Ilinizas, PN. Cotopaxi, ANR. El

				Boliche
13	María Inés Latacunga Pastuña	Español, kichwa	Guía local	N/A
14	Sonia Verónica Chaluisa Quishpe	N/A	Guía local	ANR. El Boliche, PN. Cotopaxi, RE. Los Ilinizas
15	José Manuel Díaz Latacunga	N/A	Guía local	PN. Cotopaxi, ANR. El Boliche, RE. Los Ilinizas
16	Nancy Melida Pastuña Iza	Español, kichwa	Guía local	N/A
17	Tito Fabian Cuchiparte Pasahuay	Español	Guía local	RE. Los Ilinizas

Nota: Datos obtenidos del (Plan de Desarrollo Turístico, 2022).

En el servicio de guías turísticos, sobresalen 17.

10.2.1.1.6.6. Ocio y recreación

Tabla 35

Ocio y recreación

N°	Nombre	Parroquia	Clasificación	Categoría
1	Centro turístico el Progreso	El Tingo	Termas y balnearios	Segunda

Nota: Datos obtenidos del (Plan de Desarrollo Turístico, 2022).

El servicio turístico de ocio y recreación, está compuesto únicamente por 1 establecimiento.

10.2.1.1.7. Servicios básicos

El cantón cuenta con distintos servicios básicos tales como: energía eléctrica, agua potable, teléfono, manejo de desechos sólidos, alcantarillado, servicio de conectividad, seguridad, cooperativas de ahorro, subcentros de salud distribuidos de la siguiente manera: 1 en La Victoria; 2 en Pujilí: San Gerardo y Juigua Yacubamba, 1 en Guangaje, 1 en Angamarca, 1 en El Tingo, 2 en Pilaló: Pilaló y Choasillí; además 4 puestos de salud ubicados en: 1 en Pujilí: San José de Alpamálag, 1 en Zumbahua: Tigua, 2 en Guangaje: Casa Quemada y Sunirrumi, que pertenecen al Ministerio de Salud, por último en Angamarca, existe un dispensario médico. (PDOT Pujilí, 2019, p. 80)

10.2.1.2. Análisis del mercado turístico y las inversiones

10.2.1.2.1. Análisis de la demanda turística

El cantón Pujilí dispone de una demanda turística de 710.608, los mismos que vienen de diferentes partes del Ecuador, entre ellos destacan algunos. (GeoVit, 2018, p. 1)

- ✓ Quito 228.050
- ✓ Latacunga 216.437
- ✓ Salcedo 81.130
- ✓ Saquisilí 22.526
- ✓ Ambato 19.359
- ✓ Guayaquil 13.937
- ✓ Mejía 10.438

10.2.1.2.2. Perfil del turista

Para saber el perfil del turista, se basó en una encuesta, misma que facilitó saber las características del visitante, logrando así diseñar un producto acorde a las respuestas obtenidas en las encuestas.

Tabla 36

Perfil del turista según las encuestas

Perfil del turista	
Lugar de origen	Nacionales y extranjeros.
Nivel socioeconómico	Medio-alto.
Edad	25 a 50 años.
Estado civil	Solteros y casados.
Ocupación	Estudiantes, empleados públicos y privados.
Nivel de planificación de viajes	Mensualmente.
Estilo de vida (usos, costumbres)	Aventureros, deportistas, ecologistas, mochileros, montañeros, devotos, gastronómicos, amantes de las artesanías.
Motivo de viaje	Ocio y recreación.
Modalidad de turismo	Aventura, Cultural, Ecuestre, Cicloturismo, Gastronómico.
Grupo de viaje	Familia y amigos.
Parroquias más visitadas	Zumbahua y Pujilí.
Tiempo de instancia	2 días.

Tipos de atractivos	Natural y Cultural.
Actividades	Escalada en roca, cabalgatas, caminatas, cicloturismo, tomar fotografías, senderismo, participación en talleres artísticos, compra de artesanías.

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Dando como resultado dentro del levantamiento de información a través de la encuesta, que del lugar de origen son turistas tanto nacionales como extranjeros, en donde los nacionales son de Latacunga, Salcedo, Quito, Saquisilí y Ambato, mientras que los extranjeros de Estados Unidos y Venezuela, asimismo el nivel socioeconómico es medio-alto debido a que el promedio de presupuesto que pagan cuando viajan es de \$301 a \$350, por otro lado su edad comprende de 25 a 50 años, por otra parte en la ocupación están estudiantes, empleados públicos y privados, en cuanto al estilo de vida cada uno posee un distinto estilo de vida, sobresaliendo aventuristas, deportistas, ecologistas, mochileros, montañeros, devotos, gastronómicos, amantes de las artesanías, además su principal motivo es por ocio y recreación, en cambio que en la modalidad de turismo está aventura, cultural, ecuestre, cicloturismo, gastronómico, al momento de viajar prefieren ir con familia y amigos, también las parroquias más visitadas son Zumbahua y Pujilí, el tiempo de su estancia es de 2 días, optan por atractivos ya sean naturales y culturales, por último en sus actividades están escalada en roca, cabalgatas, caminatas, cicloturismo, tomar fotografías, senderismo, participación en talleres artísticos y compra de artesanías.

10.2.1.2.3. Análisis de la oferta turística

10.2.1.2.3.1. Atractivos turísticos

El cantón Pujilí ofrece distintos sitios tanto naturales como manifestaciones culturales, siendo 33 en total, 9 naturales y 24 culturales, entre los naturales están: la Laguna de Quilotoa, Mirador del Cañón de Toachi, Complejo Montañoso Thzirimatzi, Mirador del Sinchaguasín, Aguas Termales de Aluchán, Cascadas del Milagro, Formaciones Rocosas el Chivo, Páramos del Mortiñal y Agua Mineral el Salado.

Mientras que en lo culturales se registra el: Mirador de Cristal-Shalalá, Galerías Artesanales de Tigua, Galería Artesanal Quilotoa, Fiestas del Inti Raymi de Zumbahua, Fiestas de Reyes en Zumbahua, Fiestas del Pawkar Raymi de Quilotoa, Centro Histórico de Pujilí, Edificio Municipal de Pujilí, Iglesia Matriz de Pujilí, Los Danzantes de Pujilí, Octavas del Corpus Christi en Pujilí, Santuario del Niño Isinche, Artesanías en Miniatura de Pujilí,

Hornados y Morcillas de Pujilí, Vestigios de las Minas de Macuchi, Fiestas del Diez de Agosto en la Esperanza, Fiestas de los Caporales-Angamarca, Cotopaxi, La Arreada de Ganado, Alfarería de la Victoria, Feria de Finados de la Victoria, Criadero de Alpacas de Apahua, El Aguado de Gallina de Pilaló, Fiestas de Fundación de Apahua y Pucará-El Tingo Guangaje.

En cambio, que 5 son los atractivos nuevos identificados, destacando en naturales la Laguna Cóndor Cocha, Lago Cusco, Cueva Minus Uctu, Cascada Cueva de los Tayos y en cultural el Mirador de Cristal Quilotoa, cabe mencionar que la parroquia de Zumbahua es la que más posee atractivos turísticos, seguida por la parroquia de Pujilí.

10.2.1.2.3.2. Planta turística

Asimismo, dispone de una gran cantidad de establecimientos prestadores de servicio turístico como: alojamiento, alimentos y bebidas, guías turísticos, ocio y recreación, entre otros.

Tabla 37

Análisis de la planta turística

Descripción	Existe		Cantidad
	Si	No	
Alojamiento	✓		12
Alimentos y bebidas	✓		16
Guías turísticos	✓		17
Ocio y recreación	✓		1

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

De acuerdo a sus categorías, están distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 38

Categorías

Prestador de servicio	Tipo de establecimiento	Categoría	N°
Alojamiento	Hostal	1 estrella	1
		2 estrellas	3
	Hostería	3 estrellas	6
		Hotel	2 estrellas
	Hacienda turística	3 estrellas	1
Alimentos y bebidas	Restaurantes	1 tenedor	1
		2 tenedores	6
	Bar	1 copa	4
		2 copas	5
Ocio y recreación	Termas y balnearios	Segunda	1

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

10.2.1.2.3.3. Actividades turísticas

Las actividades turísticas importantes que se desarrollan en la zona son: senderismo, cicloturismo, caminata, degustación de platos tradicionales, fotografías, compra de artesanías, escalada, cabalgata, observación de flora y fauna, visita a talleres artísticos, participación en talleres artísticos, visita a talleres artesanales, participación en talleres artesanales, entre otras. (Plan de Desarrollo Turístico, 2022, p. 115)

10.2.1.2.4. Análisis de las inversiones (públicas y privadas)

Tabla 39

Análisis de las inversiones

Análisis de inversiones			
Herramientas de apoyo			
Tipo de inversión	Elementos a evaluar	Fuentes de consulta sugeridas	Principales documentos a revisar/instrumentos de toma de datos
Proyecto de inversión pública (Centro Turístico Comunitario Shalalá).	Entre los responsables están el Consorcio Maquita Cushunchic Comercializando como Hermanos (MCCH), mismos que son un grupo comunitario de 65 familias del área turística de Quilotoa, también del apoyo económico del Ministerio de Turismo del Ecuador, de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y la ONG Manos Unidas, por otro lado, el monto de la inversión fue del Ministerio de Turismo del Ecuador (\$234.906,4) y de la Agencia Española de Cooperación	Ministerio de Economía y Finanzas. Gobierno Nacional. Gobierno Internacional.	Base de datos de proyectos de inversión pública. Registro de obras públicas en curso al gobierno nacional.

Internacional para el Desarrollo y la ONG Manos Unidas (7 millones de euros equivalentes a \$7.614.166,27), por último, el año de inicio fue en 2013 y concluyó en el año 2014.

Nota: Datos tomados del Ministerio del Turismo (MINTUR, 2019).

10.2.2. Conceptualización del producto turístico

En este punto ya se tiene muy en claro el panorama del destino turístico, por tal razón ahora es necesario plantearse el producto turístico con el que se va a trabajar, para lo cual es de vital importancia emplear la tabla de conceptualización del Manual de Planificación de Productos Turísticos.

Tabla 40

Conceptualización del producto turístico

Construyendo un producto pensando en lo que vemos	Construyendo un producto pensando en lo que queremos transmitir al turista
<p>¿Cuál es la temática? Aventura, naturaleza y cultural.</p>	<p>¿Qué lo hace especial? Que está involucrado con distintas modalidades de turismo: de aventura (escalada en roca), ecuestre (cabalgatas), cicloturismo (bicicleta), cultural (proceso de elaboración de artesanías).</p>
<p>¿Qué actividades se pueden ofrecer? Distintas actividades como: caminatas, cabalgatas, cicloturismo, senderismo, escalada en roca, degustación de platos tradicionales, tomar fotografías, compra de artesanías, observación de flora y fauna, visita a talleres artísticos, participación en talleres artísticos, visita a talleres artesanales y la participación en talleres artesanales.</p>	<p>¿Qué recuerdo queremos que se lleve el turista? El conocimiento de la existencia de nuevos atractivos turísticos que posee el cantón Pujilí, así como también experiencias únicas e inolvidables como: descansar alejado de los ruidos de la ciudad, visualizar un amanecer con los sonidos de la naturaleza, montar en caballo o bicicleta en medio de los atractivos, escalar en roca para visualizar desde lo más alto las riquezas paisajísticas que posee la zona, observar la diversidad de especies de animales y plantas del sitio, por último aprender estilos de vidas diferentes, culturas, costumbres, etc.</p>
<p>¿Qué actores locales podrían estar interesados en participar del producto? Operadoras turísticas, emprendedores,</p>	<p>¿Qué expectativas queremos superar ofreciéndole al turista este producto? La satisfacción en su totalidad a cada turista,</p>

artesanos, guías turísticos y prestadores de servicios turísticos. con actividades que nunca habían experimentado.

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

10.2.3. Diseño del producto turístico

10.2.3.1. Descripción detallada del producto turístico

Para cumplir el principal objetivo que es la satisfacción en su totalidad del turista, se trabajó en un producto que sea llamativo, emocionante y sobre todo memorable, con el propósito de que el visitante se lleve una gran experiencia.

El presente producto turístico tiene tanto características netamente naturales como culturales, dando a conocer todas las maravillas naturales que posee este sitio, así como apreciar varias manifestaciones culturales.

Lo que destaca del producto turístico es la selección e identificación de nuevos atractivos, en donde los sitios naturales sobresalen: el Mirador de Sinchaguasín, el Mirador del Cañón Toachi, el Complejo Montañoso Thzirimatzi, la Laguna Cóndor Cocha, el Lago Cusco, mientras que en las manifestaciones culturales: el Santuario del Niño Isinche, los Hornados y Morcillas de Pujilí, las Galerías Artesanales de Tigua, la Galería Artesanal Quilotoa y el Mirador de Cristal Quilotoa, consiguiendo así realizar una ruta turística.

Cabe mencionar que la ruta cuenta con degustaciones de platos típicos, en donde se podrá saborear los rincones de esta zona, además de conocer la cultura representativa del lugar.

Nombre del producto: RUTA TURÍSTICA AVENTURA, PAISAJE Y CULTURA DEL CANTÓN PUJILÍ.

Número de atractivos turísticos: 10 atractivos (5 sitios naturales y 5 manifestaciones culturales).

Tipo de la ruta: Natural y cultural.

Duración de la ruta: 76,3 km (76,253 m) de recorrido, con 2 días de duración.

Incluye un kit de bienvenida con los siguientes productos: 1 tomatodo, 1 gorra y 1 box lunch.

10.2.3.2. Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico

Para la realización de la identificación y mapeo adecuado de los elementos del producto turístico, se distribuyó por: atractivos turísticos, planta turística y por último las actividades.

10.2.3.2.1. Atractivos turísticos

-Santuario del Niño de Isinche: Se eligió este atractivo como parte del producto turístico, porque se tomó como referencia la cabecera cantonal siendo de mucha importancia para la comunidad Pujiense, teniendo en cuenta que esta forma parte de la identidad religiosa de sus pobladores, en la cual se puede conocer la historia de su construcción, asimismo, realizar un recorrido arquitectónico por sus instalaciones y además tomar fotografías.

Fotografía 1

Santuario del Niño de Isinche



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 2

Santuario del Niño de Isinche



Nota: Tomado por Dennis Parra.

-Mirador del Sinchaguasín: Se añadió a este sitio natural, debido a que es demasiado llamativo gracias a que está compuesto por 600 gradas muy vistosas, así como también por su color, mismo que está representado al danzante, ícono importante para la comunidad Pujiense,

por otra parte, se pueden realizar distintas actividades como: caminatas, tomar fotografías y observar tanto la flora como la fauna de la zona.

Fotografía 3

Mirador del Sinchaguasín



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 4

Mirador del Sinchaguasín



Nota: Tomado por Dennis Parra.

-Hornados y Morcillas de Pujilí: Se tomó en cuenta a esta manifestación cultural, porque es uno de los platos típicos más representativos del cantón Pujilí, por otro lado, dentro de sus actividades está el conocer el proceso de su preparación, así como también la degustación del mismo.

Fotografía 5

Hornados y Morcillas de Pujilí



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 6

Hornados y Morcillas de Pujilí



Nota: Tomado por Dennis Parra.

-Lago Cusco: Se optó por incluir este atractivo en el producto turístico, ya que está en medio de la naturaleza y a sus alrededores se puede evidenciar distintas aves como: patos, curiangués, tórtolas, gorriones, mirlos, razón por la cual dentro de sus actividades se puede realizar observación de flora y fauna, caminatas, cicloturismo, senderismo y cabalgata.

Fotografía 7

Lago Cusco



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 8

Lago Cusco



Nota: Tomado por Dennis Parra.

-Galerías Artesanales de Tigua: Se incluyó a este atractivo, puesto que tiene un gran valor cultural para los artistas de la zona, lo más llamativo de estas galerías es que al momento

de pintar lo realizan en cuero de borrego, por otra parte, dentro de sus actividades está el visitar, participar y conocer el proceso de su elaboración en los talleres artísticos, también tomar fotografías y comprar artesanías.

Fotografía 9

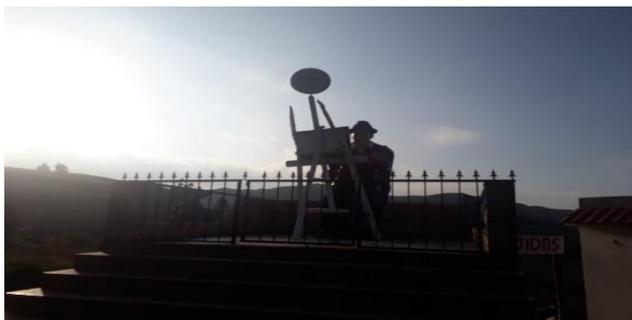
Galerías Artesanales de Tigua



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 10

Galerías Artesanales de Tigua



Nota: Tomado por Dennis Parra.

-Complejo Montañoso Thzirimatzi: Se seleccionó este atractivo como parte del producto turístico, porque es adecuado para la correcta aclimatización de turistas, lo que les facilitará a los mismos posteriormente realizar el ascenso a grandes montañas del Ecuador, por ende, durante el trayecto se puede efectuar distintas actividades como: senderismo, escalada en roca, aparte de eso a sus alrededores se puede observar el vuelo de distintas aves, especialmente de curiquingues y mirlos, así como también mirar varios pajonales.

Fotografía 11

Complejo Montañoso Thzirimatzi



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 12

Complejo Montañoso Thzirimatzi



Nota: Tomado por Dennis Parra.

-Laguna Cóndor Cocha: Se escogió este atractivo, debido a que está alejado a los ruidos de la ciudad y es ideal para hacer senderismo, caminatas, cicloturismo, cabalgatas, tomar fotografías, asimismo a sus alrededores se puede observar varios pajonales, patos y liebres saltando por el entorno de la zona.

Fotografía 13

Laguna Cóndor Cocha



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 14

Laguna Cóndor Cocha



Nota: Tomado por Dennis Parra.

-Mirador del Cañón Toachi: Se eligió este atractivo en el producto turístico, porque tiene un gran valor significativo para la parroquia de Zumbahua, debido a que se formó por la erupción del volcán Quilotoa, en lo cual se puede conocer su historia, asimismo en sus alrededores se puede visualizar una gran belleza paisajística, por otra parte, dentro de sus actividades destacan dar un paseo en llamas, las caminatas, tomar fotografías y observación de flora como musgos, helechos, pinos, entre otros.

Fotografía 15

Mirador del Cañón Toachi



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 16

Mirador del Cañón Toachi



Nota: Tomado por Mercedes Rivera.

-Galería Artesanal Quilotoa: Se añadió esta manifestación cultural, porque los artesanos de esta zona demuestran su arte, a través de la elaboración de máscaras de madera pintadas, pinturas con paisajes de la Laguna de Quilotoa sobre cuero de borrego, chalinas, gorros, guantes, etc; representando así la cultura de Zumbahua hacia los turistas tanto nacionales como extranjeros, en la misma se puede efectuar algunas actividades como es el caso de visitar, participar y conocer el proceso de su elaboración en los talleres artesanales, también tomar fotografías y comprar artesanías.

Fotografía 17

Galería Artesanal Quilotoa



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 18

Galería Artesanal Quilotoa



Nota: Tomado por Dennis Parra.

-Mirador de Cristal Quilotoa: Se tomó en cuenta a este atractivo en el producto turístico, debido a que es ideal para poder observar de mejor manera a la Laguna de Quilotoa, por otra parte, dentro de las actividades que se pueden realizar sobre sale tomar fotografías y compra de artesanías.

Fotografía 19

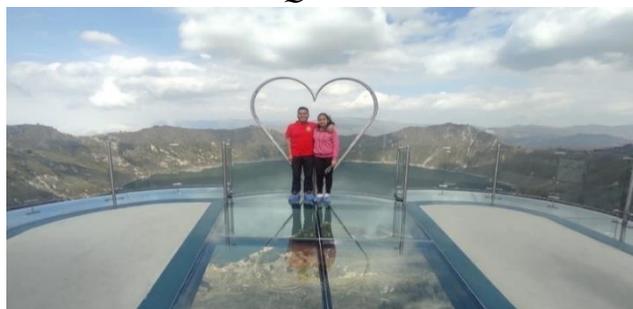
Mirador de Cristal Quilotoa



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 20

Mirador de Cristal Quilotoa



Nota: Tomado por Jennifer Parra.

10.2.3.2.2. Planta turística

Dentro de los proveedores de alimentos y bebidas para el producto turístico están los restaurantes: Remembranzas, Doña Teresita, Karu Ñan, mientras que de alojamiento está la Hostal Mirador Oro Verde, los establecimientos antes mencionados estarán en convenio para promocionarlos a cambio de los servicios a nuestros clientes. (Apéndice 6)

Tabla 41

Establecimientos de planta turística tomados para la ruta turística

Servicio	Nombre del establecimiento	Características del servicio
Alimentos y bebidas	Remembranzas	Oferta platos típicos (morcillas, hornado, fritada, cuy, chaguarmishqui) y gaseosas.
Alimentos y bebidas	Doña Teresita	Oferta platos típicos (borrego, cuy, fritada), entradas (nachos con guacamole, pan de ajo), ensalada española, sopas (locro de papas, sopa de pollo), sandwiches (de pollo, de atún, mixto de jamón y queso), platos

		fuertes (tacos mexicanos de carne, de pollo y vegetarianos), jugos (piña, mora) y bebidas calientes (café, chocolate).
Alimentos y bebidas	Karu Ñan	Oferta almuerzos, sopas (loco de papas, quinua, caldo de gallina) platos fuertes (pollo o chuleta de res, churrasco, parrilladas, cuy, borrego, trucha al ajillo), chocho con habas y queso, sándwich mixto, jugos (piña, mora) y bebidas calientes (café, chocolate, café con leche, canelazo).
Alojamiento	Hostal Mirador Oro Verde	Aparte del hospedaje, incluye desayuno, baño privado, calefacción, internet inalámbrico personal bilingüe, sala de juegos, estacionamiento.

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Por último, en el servicio de transporte, estará la compañía de transporte turístico Cottullari, mientras que para el servicio de guianza estará a cargo alguno de los 17 guías turísticos registrados en el catastro turístico del cantón Pujilí o nosotros.

10.2.3.2.3. Actividades

Dentro de los proveedores de actividades están los establecimientos: Finca de mi Abuelito para las cabalgatas, también Cycling Store Pujilí para el cicloturismo, por último, Lonely Summits para el senderismo y escalada en roca. (Apéndice 5)

Tabla 42

Establecimientos de actividades para la ruta turística

Nombre del establecimiento	Características del servicio
Finca de mi Abuelito	Montar en caballo, con su respectivo equipamiento (montura, espuelas, zamarro, poncho, sombrero, botas de cuero y cabresto).
Cycling Store Pujilí	Montar en bicicleta, con su respectivo equipamiento (casco, canillera y guantes).
Lonely Summits	Equipamiento para senderismo (ropa térmica, bastón) y para la escalada en roca (casco, aseguradores, fundas de magnesio, cuerda, arnés, mosquetón, pies de gato, cintas).

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

10.2.3.2.4. Itinerario

Día 1: Santuario del Niño Isinche-Mirador del Sinchaguasín-Hornados y Morcillas de Pujilí-Lago Cusco-Galerías Artesanales de Tigua.

Tabla 43

Día 1

Hora de salida	Actividades	Hora de llegada	Actividades
09h00	Punto de encuentro en el Parque Central de Pujilí.	09h20	Inicio de la ruta turística.
09h25	Salida al Santuario del Niño de Isinche.	09h45	Llegada al Santuario del Niño de Isinche.
10h30	Salida al Mirador del Sinchaguasín.	10h50	Llegada al Mirador del Sinchaguasín.
12h20	Salida al restaurante Remembranzas.	12h30	Llegada al restaurante Remembranzas, para el almuerzo del plato típico más representativo del cantón Pujilí (Hornados y morcillas).
13h30	Salida al Lago Cusco.	15h00	Llegada al Lago Cusco.
16h00	Salida a las Galerías Artesanales de Tigua.	16h15	Llegada a las Galerías Artesanales de Tigua.
17h20	Salida al Hostal Mirador Oro Verde.	17h40	Llegada a dejar el equipaje en la Hostal Mirador Oro Verde.
18h30	Salida al restaurante Doña Teresita.	18h45	Cena en el restaurante Doña Teresita.
19h45	Salida al Hostal Mirador Oro Verde.	20h00	Descanso en la Hostal Mirador Oro Verde.

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Día 2: Complejo Montañoso Thzirimatzi-Laguna Cóndor Cocha-Mirador del Cañón Toachi-Galería Artesanal Quilotoa-Corazón del Quilotoa.

Tabla 44

Día 2

Hora de salida	Actividades	Hora de llegada	Actividades
07h00	Salida a desayunar en la Hostal Mirador Oro Verde.	07h05	Llegada a desayunar en la Hostal Mirador Oro Verde.
08h05	Salida al Complejo Montañoso Thzirimatzi.	08h20	Llegada al Complejo Montañoso Thzirimatzi.
09h50	Salida a la Laguna Cóndor Cocha.	10h15	Llegada a la Laguna Cóndor Cocha.

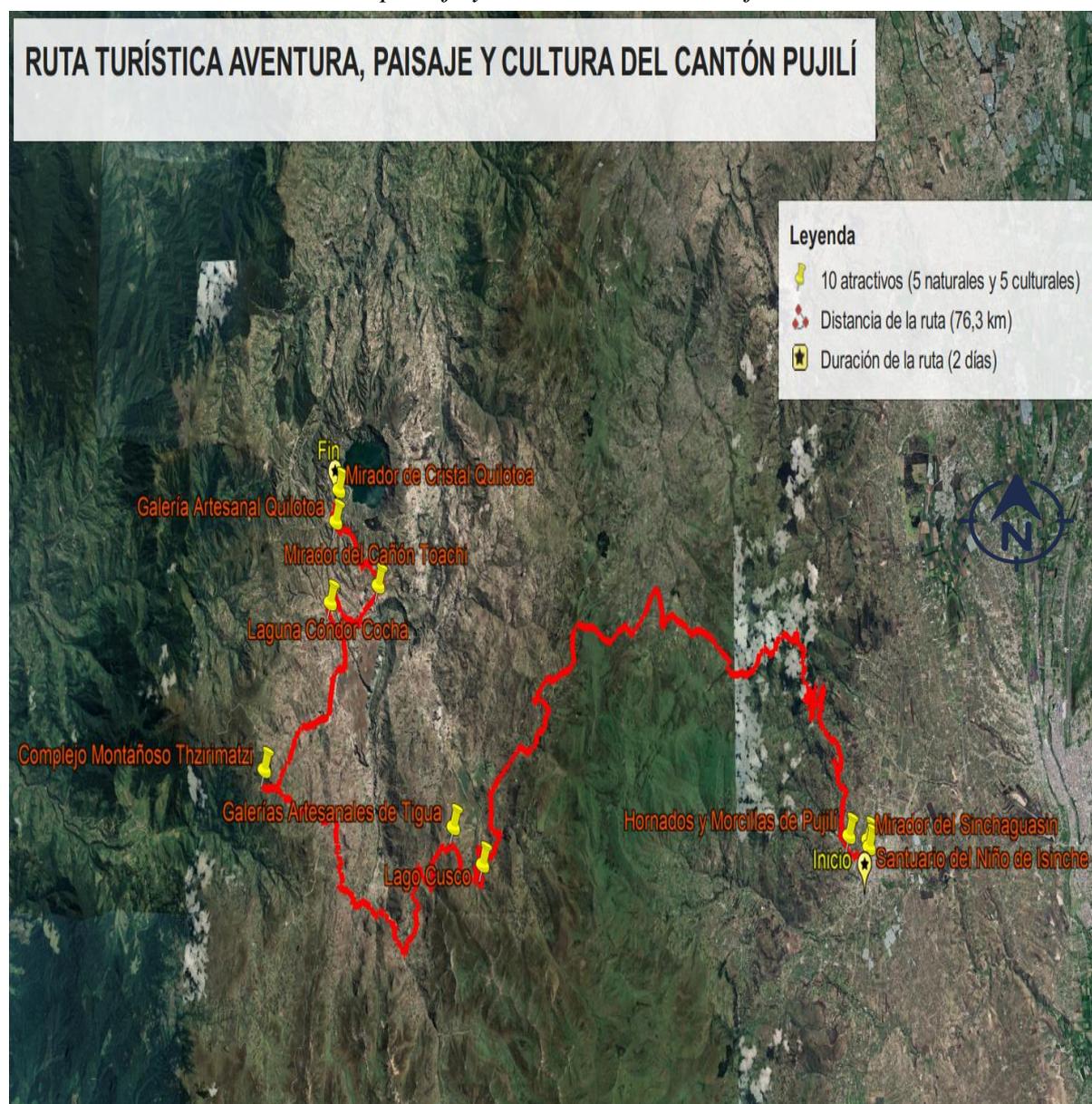
11h15	Salida al Mirador del Cañón Toachi.	11h30	Llegada al Mirador del Cañón Toachi.
12h30	Salida al restaurante Karu Ñan.	12h50	Llegada al restaurante Karu Ñan.
13h50	Salida a la Galería Artesanal Quilotoa.	14h15	Llegada a la Galería Artesanal Quilotoa.
15h15	Salida al Mirador de Cristal Quilotoa.	15h25	Llegada al Mirador de Cristal Quilotoa.
16h00	Fin del itinerario.		

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

10.2.3.2.5. Mapa de la ruta turística

Mapa 3

Ruta turística aventura, paisaje y cultura del cantón Pujilí



Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

10.2.3.2.6. Guión

Dirigidos a: Público joven y adulto.

Edad: De 25 a 50 años.

Tiempo: 2 días.

Distancia: 76,3 km (76,253 m)

Estacionalidad: Disponible durante los 12 meses del año.

- **Presentación del guía y del chofer**

Buenos/as días/tardes con todos, les damos una cordial bienvenida a la ruta denominada ruta turística aventura, paisaje y cultura del cantón Pujilí, es un gran placer recibirlos, mi nombre es.....por otro lado es muy grato también presentarles a mis compañeros de trabajo..... y el chofer quienes seremos sus guías y acompañantes durante este recorrido, esperando que sea de su agrado y lo disfruten.

Desde ya les agradecemos por haber adquirido nuestro paquete turístico y sin más que decir empezaremos con el trayecto.

- **Introducción del recorrido**

A continuación, se procederá a informales que la ruta tiene una duración de dos días, visitando las parroquias Pujilí y Zumbahua, además informales que dentro de las normas establecidas están primero que nada el respeto, la puntualidad, el buen trato entre todos, que no destruyan los distintos atractivos que visitaremos, prohibido el uso de sustancias ilícitas, no alejarse del grupo ni del guía local.

Por último, recuerden que estaremos prestos a responder cualquier duda o inquietud durante el recorrido.

- **Desarrollo**

- ✓ **Día 1**

- **Inicio del recorrido (Punto de encuentro)**

Ahora iniciaremos el recorrido en el parque central de Pujilí que es el punto de salida y de encuentro, dicho esto les vamos a contar algunas características importantes del mismo, se

encuentra ubicado en el cantón Pujilí, parroquia Pujilí, nos encontramos a una altitud de 2.930 m.s.n.m, la temperatura de este lugar es de 10 a 14°C.

También como pueden darse cuenta se encuentra un monumento en el centro, en honor a Luis Fernando Vivero quien fue nombrado por José Joaquín Olmedo como secretario de la junta patriótica del 9 de Octubre, mientras que, en sus alrededores, se pueden apreciar varios árboles de cocos cumbi, cepillo blanco, de molle y también zonas de césped.

➤ **Parada técnica 1**

En este momento procederemos a visitar la primera parada técnica que es el “Santuario del Niño Isinche”, en donde les daremos a conocer sus principales características, en primer lugar, nos encontramos a una altura de 3.020 m.s.n.m, estimados turistas coméntennos, ¿Qué leyendas o información saben acerca del Niño Isinche?, pues si existe una leyenda de que un hombre llegó al Santuario desde Riobamba, cargando en caballos algodón, en donde al bajar la carga algunos indígenas encontraron una hermosa imagen tallada en madera, siendo este el Niño Isinche, asimismo construyeron una capilla en 1.647 para venerarle, misma que es una réplica de la Iglesia de la Compañía de Quito, esta capilla está construida a base de piedra de río, por otra parte, como pueden mirar la imagen del Niño mide 42 cm, se le atribuye absolutamente toda clase de milagros y favores, además comentarles que la mayor celebración en honor al Niño se desarrolla el 25 de Diciembre año tras año.

Estimados visitantes si gustan pueden tomarse fotografías, eso es todo, tal vez alguien tiene alguna duda con respecto al lugar visitado.

➤ **Parada técnica 2**

Ahora nos dirigiremos hacia la segunda parada técnica denominado el “Mirador del Sinchaguasín”, en donde brindaremos información principal del atractivo, en esta ocasión nos encontramos a una altura de 2.960 m.s.n.m, ¿Alguien de ustedes conoce cuántas gradas posee?, pues estimados visitantes tiene exactamente 600 gradas, asimismo comentarles que las gradas han sido pintadas en representación al danzante, mismo que es un ícono importante para la comunidad Pujiense, también mencionarles que al llegar al mirador se puede visualizar absolutamente toda la ciudad de Pujilí, además pueden observar a sus alrededores que existe gran abundancia de árboles de eucalipto, así como también en menor escalada algunos mirlos.

Estimados turistas si desean pueden tomarse fotografías, es todo lo que podemos decirles en cuanto a este atractivo, ¿Tienen alguna duda o quieren aportar con algo más?.

➤ **Parada técnica 3**

Posteriormente, nos vamos a trasladar hacia el establecimiento de Alimentos y Bebidas denominado “Remembranzas”, siendo está la tercera parada técnica, ahora que nos encontramos en el restaurante ustedes podrán conocer el proceso de su elaboración, así como también degustar del plato más típico y representativo del cantón llamado los “Hornados y Morcillas de Pujilí”. Que tengan buen provecho.

➤ **Parada técnica 4**

Ahora viajaremos a la cuarta parada técnica denominado el “Lago Cusco”, en donde les daremos a notar algunas características fundamentales del atractivo, en esta ocasión nos encontramos a una altura de 3.401 m.s.n.m, este se caracteriza por poseer 10 metros de largo, mientras que su profundidad es de aproximadamente 9 metros, asimismo estimados visitantes como pueden visualizar a sus alrededores se encuentran presentes varias aves como patos, curiangués, tórtolas, gorriones, mirlos, además varios pajonales.

Estimados turistas ahora nos tomaremos un tiempo de descanso, mientras tanto los que deseen pueden realizar alguna actividad como dar un paseo en caballo o bicicleta alrededor del Lago Cusco, tomar fotografías o hidratarse, estaremos prestos en ayudarles en lo que necesiten, no duden en avisarnos.

➤ **Parada técnica 5**

Luego, nos dirigiremos a la quinta parada técnica denominada las “Galerías Artesanales de Tigua”, en donde les daremos a conocer ciertas características relevantes, aquí nos encontramos a una altura de 3.720 m.s.n.m, ¿Alguien conoce al primer pintor de Tigua?, exacto como ustedes lo han mencionado es el Sr. Julio Toaquiza, siendo este el primer pintor de Tigua, transmitiendo todo su conocimiento a su hijo Alfredo Toaquiza, así mismo como pueden apreciar en estas Galerías existen una gran variedad de cuadros, máscaras de maderas, artesanías, etc, estimados visitantes un dato curioso es que al momento de pintar lo realizan en cuero de borrego, ahora cada uno de ustedes tendrá la oportunidad de participar en el proceso de la elaboración de las artesanías, si tienen alguna inquietud no duden en avisarnos.

Estimados turistas si desean pueden tomarse fotografías o comprar alguna artesanía.

Eso es todo, tal vez alguien tiene alguna duda con respecto al lugar visitado.

Para finalizar el día ahora nos vamos a trasladar hacia el establecimiento de alojamiento

denominado “Hostal Mirador Oro Verde” a dejar el equipamiento, así como también al restaurante “Doña Teresita” para cenar.

Hemos llegado a la Hostal, ahora que nos encontramos aquí, ustedes podrán elegir su habitación, prontamente iremos al restaurante, para degustar algún plato típico que caracteriza la zona. Que tengan buen provecho.

Por último, iremos nuevamente a la Hostal para descansar, de manera breve le vamos a comentarles sobre las indicaciones para el recorrido del día de mañana, eso sería todo que tengan una buena noche, descansen y retomen fuerzas.

✓ **Día 2**

Buenos días con todos, esperamos que hayan podido descansar.

Primeramente, vamos a desayunar en la misma “Hostal Mirador Oro Verde”, ustedes podrán ordenar su pedido y degustar del mismo, si desean les podemos asesorar sobre algún plato típico que caracteriza a esta zona. Que tengan buen provecho.

➤ **Parada técnica 6**

Ya culminado nuestro desayuno, procederemos a visitar la sexta parada técnica que será el “Complejo Montañoso Thzirimatzi”, ahora nos encontramos a una altura de 3.900 m.s.n.m, este se caracteriza por poseer grandes rocas, teniendo así la oportunidad de realizar una actividad turística que es la escalada en roca con la utilización del equipamiento necesario como es el casco, aseguradores, funda de magnesio, cuerda, arnés, mosquetón, pies de gato, guantes y cintas, haber estimados turistas, ¿Tal vez alguien de ustedes tiene miedo a las alturas?, nos podrían comentar con respecto a ese tema, para poder ayudarlos y que todos puedan disfrutar de esta grandiosa actividad llena de adrenalina y divertirnos sin ningún problema.

Asimismo, como puede visualizar a sus alrededores se puede observar el vuelo de aves como los curiangués y mirlos, así como también varios pajonales.

Estimados visitantes es importante que cuiden este ambiente, ya que es un atractivo relevante dentro del recorrido, debido a que aquí cada uno de ustedes contará con un momento de recreación en el cual se distraerán y disfrutarán de este entorno, para finalizar con esta parada nos pueden mencionar, ¿Qué expectativas tuvieron cada uno de ustedes con referencia a esta actividad turística que realizaron el día de hoy?.

➤ **Parada técnica 7**

Como próximo destino, ahora nos dirigiremos a la séptima parada técnica denominada la “Laguna Cóndor Cocha”, en donde les daremos ciertas características primordiales del atractivo, en esta ocasión nos encontramos a una altura de 3.490 m.s.n.m, esta se caracteriza por estar en medio de abundante vegetación como almohadillas y pajonales, además como pueden observar en la laguna están patos nadando y si tienen suerte podrán visualizar a sus alrededores liebres saltando.

Estimados turistas ahora nos tomaremos un tiempo de descanso, mientras tanto los que gusten pueden realizar alguna actividad como dar un paseo en caballo o bicicleta alrededor de la laguna o tomar fotografías, estaremos prestos en ayudarles en lo que necesiten, no duden en avisarnos cualquier cosa.

➤ **Parada técnica 8**

En este momento visitaremos la octava parada técnica que es el “Mirador del Cañón Toachi”, en donde les revelaremos datos sobresalientes del mismo, nos encontramos a una altura de 3.496 m.s.n.m, estimados visitantes coméntennos, ¿Qué información saben acerca de este atractivo?, como pueden divisar posee una gigantesca quebrada logrando visualizar una gran belleza paisajística, también este cañón es producto de la erupción del volcán Quilotoa, por otra parte, en sus alrededores como puede observar existe abundancia vegetación de musgos, helechos, pumamaqui y pinos.

Estimados turistas si gustan pueden darse un paseo en las llamas, hidratarse o tomar fotografías, ¿Tienen alguna pregunta o algo más que quieran decir?.

Continuando con nuestro recorrido nos trasladaremos al establecimiento de alimentos y bebidas denominado “Karu Ñan”, aquí podrán servirse el almuerzo, ustedes podrán ordenar su pedido y degustar del mismo, si desean les podemos asesorar sobre algún plato típico que caracteriza a esta zona. Que tengan buen provecho.

➤ **Parada técnica 9**

Después de salir del restaurante, iremos a la novena parada técnica que es la “Galería Artesanal Quilotoa”, procederemos a hablarles de algunas características, ahora nos encontramos a una altura de 3.510 m.s.n.m, como pueden visualizar estamos a 300 metros del mirador de la Laguna de Quilotoa, la galería está compuesta por 40 puestos de ventas de

artesanías, en donde los artesanos elaboran máscaras de madera pintadas, pinturas con paisajes de la Laguna de Quilotoa sobre cuero de borrego, chalinas, gorros, guantes, etc; ahora cada uno de ustedes tendrá la oportunidad de participar en el proceso de la elaboración de las artesanías, si tienen alguna inquietud no duden en avisarnos.

Estimados turistas si desean pueden tomarse fotografías o comprar alguna artesanía.

➤ **Parada técnica 10**

En este instante nos trasladaremos hacia la décima parada técnica y última denominado el “Mirador de Cristal Quilotoa”, a continuación les vamos a hablar de algunas características de este atractivo, nos encontramos a un altura de 3.510 m.s.n.m, como pueden darse cuenta está elaborado a base de cristal, para entrar debemos obligatoriamente ponernos unos cubrezapatos, fue construido en el año 2022, en su frente si gustan pueden observar de mejor manera a la Laguna de Quilotoa.

Estimados turistas si desean pueden tomarse fotografías o comprar alguna artesanía, es todo lo que podemos decirles en cuanto a este atractivo, ¿Tienen alguna duda?.

Finalmente, queridos visitantes hemos culminado con la ruta turística, a continuación procederemos a tomarnos una fotografía de recuerdo.

• **Cierre**

Hemos finalizado con nuestro recorrido, esperamos que haya sido de su agrado y esta experiencia les ayude a crecer teniendo siempre en cuenta cuan esencial es el cuidado de los atractivos que nos rodean, logrando de esa manera la conservación de cada sitio natural o cultural visitado anteriormente dentro de este sector, ya que cada uno de estos cumplen un papel fundamental dentro del cantón Pujilí.

Se les agradece la atención prestada y a todos por haber escogido nuestro paquete turístico, esperamos que tengan un buen viaje de retorno hacia sus hogares.

• **Despedida**

Esto ha sido todo muchas gracias por su visita, será hasta una próxima oportunidad.

10.2.3.2.7. Costos

Los costos están sacados para un paquete de 1 noche/2 días.

Tabla 45*Costos*

Servicios	Costo por 1 pax	Costo por 10 pax
Kit de bienvenida	\$10	\$100
Alimentación	\$14	\$140
Alojamiento	\$30	\$300
Transporte	\$150	\$1.500
Guía	\$140	\$1.400
Equipamiento para actividades	\$116	\$1.160
Total	\$460	\$4.600

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

10.3. Creación de estrategias de promoción y difusión

El resultado esperado del tercer objetivo fue la creación de distintas estrategias de promoción y difusión para el producto turístico diseñado, para lo cual se realizó 2 visitas in situ a la zona, con el fin de realizar el focus group a un grupo, con la participación de los prestadores de servicios turísticos, basándonos particularmente en preguntas de medios de comunicación, en consumo de contenido, redes sociales, conectividad a internet, entre otras, logrando así obtener datos tanto positivos como negativos, con el propósito de colocarlos en la Matriz FODA y distribuirlos ya sea en fortalezas (factor interno), en oportunidades (factor externo), en debilidades (factor interno) o en amenazas (factor externo), asimismo se aplicó la Matriz MEFI, la Matriz MEFE, la Matriz FODA estratégico, por último se propuso un Plan de Acción.

Cabe señalar que las 3 primeras fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas están vinculadas al tema de promoción y difusión, mientras que las 2 últimas están relacionadas al cantón Pujilí en general, estas últimas gracias a la ayuda de la Tlga. Verónica Herrera.

10.3.1. Matriz FODA

Para el análisis de la Matriz FODA, se procedió a sistematizar toda la información obtenida en el conversatorio del focus group, logrando de esa manera distribuir los datos acorde a los factores internos es decir las fortalezas y debilidades, así como también en los factores externos que vendrían a ser las oportunidades y amenazas.

Tabla 46

Matriz FODA en base al focus group y al cantón Pujilí

FACTORES	POSITIVOS	NEGATIVOS
Internos	F1: La mayoría de empleados cuentan con un dispositivo móvil. F2: Optan por utilizar más las redes sociales de Tik Tok y Facebook. F3: Prefieren mirar videos publicitarios, a través de YouTube. F4: Laguna de Quilotoa, destino turístico posicionado dentro del cantón Pujilí. F5: Atractivos turísticos reconocidos a nivel nacional e internacional como las Galerías Artesanales de Tigua.	D1: Debido a la edad algunos empleados no manejan correctamente un equipo electrónico. D2: Desinterés por leer alguna revista o periódico. D3: Poco uso de herramientas de marketing digital por parte de los servidores turísticos. D4: Falta de inventariado turístico. D5: Insuficiente señalética turística de aproximación e información.
Externos	O1: Utilizan los servicios de la empresa Netlife gracias a su mejor señal y cobertura. O2: Amplia extensión de internet en zonas urbanas. O3: Conocimiento sobre el manejo de distintos medios de comunicación y redes sociales. O4: Buena conexión vial interprovincial para el impulso del turismo. O5: Brinda un relieve natural único para el desarrollo del turismo.	A1: Debido a la lejanía varios establecimientos turísticos no cuentan con internet. A2: Adicción al uso constante de redes sociales. A3: Caídas constantes de señal por parte de las compañías de internet. A4: Informalidad en la prestación de servicios turísticos. A5: Insuficiente infraestructura de servicios turísticos.

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

10.3.2. Matriz MEFI

Posteriormente, se desarrolló la Matriz MEFI, colocando los 5 factores internos es decir las fortalezas y debilidades que se puso anteriormente en la Matriz FODA, además se le dio una ponderación a la Matriz consiguiendo un resultado que sumando de 1, asimismo se les puso una calificación dándoles un valor de 3 si la fortaleza es baja y 4 si la fortaleza es alta, mientras que para las debilidades 1 para las altas y 2 para las bajas, finalmente se colocó un promedio que viene de multiplicar la ponderación con la calificación.

Tabla 47*Matriz MEFI en base al focus group y al cantón Pujilí*

	Factores internos clave	Ponderación	Calificación	Promedio
Fortalezas				
F1	La mayoría de empleados cuentan con un dispositivo móvil.	0,15	4	0,6
F2	Optan por utilizar más las redes sociales de Tik Tok y Facebook.	0,1	4	0,4
F3	Prefieren mirar vídeos publicitarios, a través de Youtube.	0,05	3	0,15
F4	Laguna de Quilotoa, destino turístico posicionado dentro del cantón Pujilí.	0,15	4	0,6
F5	Atractivos turísticos reconocidos a nivel nacional e internacional como las Galerías Artesanales de Tigua.	0,1	3	0,3
		0,55		2,05
Debilidades				
D1	Poco uso de herramientas de marketing digital por parte de los servidores turísticos.	0,1	1	0,1
D2	Debido a la edad algunos empleados no manejan correctamente un equipo electrónico.	0,1	2	0,2
D3	Desinterés por leer alguna revista o periódico.	0,05	2	0,1
D4	Falta de inventariado turístico.	0,1	1	0,1
D5	Insuficiente señalética turística de aproximación e información.	0,1	2	0,2
		0,45		0,7
Total		1		2,75

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Como resultado final de la Matriz MEFI (Matriz de evaluación de factores internos), es que arrojó un resultado muy positivo de 2,75 lo cual demuestra que se tiende más a las fortalezas que debilidades.

10.3.3. Matriz MEFE

Luego, se empleó la Matriz MEFE, que de igual manera se colocó en cambio a los 5 factores externos clave siendo estos las oportunidades y las amenazas que previamente se obtuvo en la Matriz FODA, además se realizó la ponderación que al final debe sumar 1, asimismo la calificación en donde pueden ser evaluadas con un valor de 3 si la oportunidad es baja y 4 si la oportunidad es alta, mientras que para las amenazas 1 para las altas y 2 para las bajas, finalmente el promedio que vino de multiplicar la ponderación por la calificación.

Tabla 48

Matriz MEFÉ en base al focus group y al cantón Pujilí

	Factores externos clave	Ponderación	Calificación	Promedio
Oportunidades				
O1	Utilizan los servicios de la empresa Netlife gracias a su mejor señal y cobertura.	0,15	4	0,6
O2	Amplia extensión de internet en zonas urbanas.	0,13	3	0,39
O3	Conocimiento sobre el manejo de distintos medios de comunicación y redes sociales.	0,05	3	0,15
O4	Brinda un relieve natural único para el desarrollo del turismo.	0,1	4	0,4
O5	Buena conexión vial interprovincial para el impulso del turismo.	0,1	3	0,3
		0,53		1,84
Amenazas				
A1	Debido a la lejanía varios establecimientos turísticos no cuentan con internet.	0,13	1	0,13
A2	Caídas constantes de señal por parte de las compañías de internet.	0,1	1	0,1
A3	Adicción al uso constante de redes sociales.	0,04	2	0,08
A4	Insuficiente infraestructura de servicios turísticos.	0,1	1	0,1
A5	Informalidad en la prestación de servicios turísticos.	0,1	1	0,1
		0,47		0,51
Total		1		2,35

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Como resultado final de la Matriz MEFÉ (Matriz de evaluación de factores externos), es que arrojó un resultado de 2,35 lo cual implica que el entorno tiende más a las amenazas que a las oportunidades.

10.3.4. Matriz FODA estratégico

También, se realizó la Matriz FODA estratégico que está estructurada por cuatro estrategias, en primer lugar están las estrategias ofensivas (F+O), que se encargan en utilizar las fortalezas para aprovechar las oportunidades, en segundo lugar están las estrategias de adaptación (D+O), que se fundamentan en superar las debilidades aprovechando las oportunidades, en tercer lugar sobresalen las estrategias de supervivencia (F+A), que se enfocan en usar las fortalezas para reaccionar y poder atender las amenazas de la mejor forma,

por último están las estrategias defensivas (D+A), que buscan minimizar las debilidades y evitar las amenazas, cabe mencionar que para su realización se basó de la Matriz FODA que previamente se tenía.

Tabla 49

Matriz FODA estratégico en base al focus group y al cantón Pujilí

Matriz FODA estratégico	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
	F1: La mayoría de empleados cuentan con un dispositivo móvil. F2: Optan por utilizar más las redes sociales de Tik Tok y Facebook. F3: Prefieren mirar videos publicitarios, a través de YouTube. F4: Laguna de Quilotoa, destino turístico posicionado dentro del cantón Pujilí. F5: Atractivos turísticos reconocidos a nivel nacional e internacional como las Galerías Artesanales de Tigua.	D1: Debido a la edad algunos empleados no manejan correctamente un equipo electrónico. D2: Desinterés por leer alguna revista o periódico. D3: Poco uso de herramientas de marketing digital por parte de los servidores turísticos. D4: Falta de inventariado turístico. D5: Insuficiente señalética turística de aproximación e información.
Oportunidades (O)	F+O=Estrategias ofensivas	D+O=Estrategias de adaptación
O1: Utilizan los servicios de la empresa Netlife gracias a su mejor señal y cobertura. O2: Amplia extensión de internet en zonas urbanas. O3: Conocimiento sobre el manejo de distintos medios de comunicación y redes sociales. O4: Buena conexión vial interprovincial para el impulso del turismo. O5: Brinda un relieve natural único para el desarrollo del turismo.	F1-O3: Involucrar a los empleados de los establecimientos de prestadores de servicios turísticos a conocer sobre el manejo de distintos medios de comunicación y redes sociales. F2-O2: Efectuar cursos sobre anuncios publicitarios, a prestadores de servicios turísticos. F3-O1: Utilizar los servicios de la empresa Netlife, consiguiendo que los establecimientos turísticos mejoren la calidad de internet para sus clientes. F5-O4: Promover la difusión del cantón Pujilí y toda su oferta, aprovechando la red	D1-O3: Capacitar sobre el manejo de distintos medios de comunicación y redes sociales a las personas inmersas en los servicios turísticos. D2-O2: Realizar campañas de concientización sobre los beneficios que trae leer seguidamente una revista o periódico. D3-O1: Establecer convenios con la empresa Netlife en temas de marketing digital, para el aprendizaje práctico de los servidores turísticos. O4-D5: Aprovechar la conexión vial, para colocar en distintos lugares del cantón Pujilí distintas señaléticas turísticas.

	vial de conexión. F4-O5: Aprovechar el relieve natural de la zona, para que desarrolle el crecimiento de la actividad turística.	O5-D4: Contratar personal apto en el ámbito turístico, para que efectúe el inventario seguido de los atractivos existentes en la zona.
Amenazas (A)	F+A=Estrategias de supervivencia	D+A=Estrategias defensivas
A1: Debido a la lejanía varios establecimientos turísticos no cuentan con internet. A2: Adicción al uso constante de redes sociales. A3: Caídas constantes de señal por parte de las compañías de internet. A4: Informalidad en la prestación de servicios turísticos. A5: Insuficiente infraestructura de servicios turísticos.	F1-A2: Realizar convenios con entidades privadas, para que brinden el aprendizaje sobre la optimización en el uso de dispositivos móviles. F5-A5: Establecer alianzas estratégicas con el GAD Municipal del cantón Pujilí, para la inversión en infraestructura de servicios turísticos, especialmente de los que se encuentran rodeados por atractivos. F4-A4: Coordinar con las autoridades competentes para llevar a cabo distintas acciones referentes al control del funcionamiento de servicios turísticos, en sitios cercanos a los atractivos.	D5-A4: Ejecutar procesos de capacitación y formación profesional en el área de turismo.

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

10.3.5. Propuesta del Plan de Acción

Por último, se realizó una propuesta del Plan de Acción, el cual está constituido por: tácticas, es decir las distintas acciones que se efectuarán, los responsables, que se enfoca a las personas que estarán encargadas, el tiempo, que se relaciona al lapso que se demorará al efectuar cada táctica y el presupuesto, que se orienta a la parte económica que se necesitará, asimismo, cabe mencionar que se basó en los distintos tipos de estrategias, así como también se seleccionó a las más importantes obtenidas de la Matriz FODA estratégico, en donde las 3 primeras estrategias tienen relación con el tema de promoción y difusión, mientras que la última al cantón Pujilí en general.

Tabla 50*Plan de Acción en base al focus group y al cantón Pujilí*

Tipo de estrategia	Estrategia	Tácticas	Responsables	Tiempo	Presupuesto
Estrategia ofensiva	Efectuar cursos sobre anuncios publicitarios, a prestadores de servicios turísticos.	-Buscar un personal externo que conozca sobre el planteamiento de contenidos, especialmente en Tik Tok y Facebook. -Invertir en anuncios publicitarios. -Dar seguimiento a las estadísticas de cada publicación.	-GAD Municipal del cantón Pujilí. -Personal externo.	4 meses	\$6.360
Estrategia de adaptación	Capacitar sobre el manejo de distintos medios de comunicación y redes sociales a las personas inmersas en los servicios turísticos.	-Contratar el equipo que se encargará de las capacitaciones. -Convocar la participación a dueños y empleados de prestadores de servicios turísticos. -Evaluar los resultados que se han generado tras las capacitaciones. -Aplicación de lo aprendido.	-GAD Municipal del cantón Pujilí. -Equipo de capacitadores.	6 meses	\$4.800
Estrategia de supervivencia	Realizar convenios con entidades privadas, para que brinden el aprendizaje sobre la optimización	-Realizar una convocatoria e inscripciones para charlas en la utilización de un dispositivo móvil, a las personas	-GAD Municipal del cantón Pujilí. -Empresas privadas.	2 meses	\$2.550

	en el uso de dispositivos móviles.	inmersas de los establecimientos de prestadores de servicios turísticos. -Desarrollar exposiciones con temas relacionados al correcto uso de dispositivos móviles y a su apropiado tiempo. -Efectuar la entrega de certificados a las personas con mayor nivel de desempeño.			
Estrategia de supervivencia	Establecer alianzas estratégicas con el GAD Municipal del cantón Pujilí, para la inversión en infraestructura de servicios turísticos, especialmente de los que se encuentran rodeados por atractivos.	-Buscar apoyo financiero del GAD Municipal del cantón Pujilí, para remodelar la infraestructura de los establecimientos prestadores de servicios. -Realizar reuniones, con los representantes encargados del GAD. -Coordinar con el GAD convenios a cambio de la prestación de sus servicios a un bajo precio, específicamente para las personas involucradas.	-GAD Municipal del cantón Pujilí.	6 meses	\$20.000

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

11. IMPACTOS

11.1. Impactos técnicos

En los impactos técnicos fueron de vital importancia la aplicación de distintas metodologías, utilizando así la metodología de la guía para el levantamiento de atractivos turísticos de Ecuador del MINTUR, conjuntamente con la ayuda del Check list y de las fichas inventario MINTUR, logrando de esa manera validar el inventario de los distintos atractivos turísticos tanto de sitios naturales como de manifestaciones culturales que posee el cantón Pujilí, así como también gracias a los actores clave la identificación de nuevos atractivos, siendo las fichas una herramienta que permitió un mejor desarrollo de la investigación en el campo, obteniendo como resultado final 38 atractivos; además se usó la metodología del Manual para la Planificación de Productos Turísticos del MINCETUR, con salidas de campo y una encuesta hacia el turista, logrando como resultado el diseño de un producto turístico; por último se realizó un focus group, cuya información obtenida se sistematizó en las Matrices FODA, MEFI, MEFE, FODA estratégico, siendo estas unas herramientas administrativas, que fueron adaptadas para el tema turístico, consiguiendo como resultado varias estrategias de promoción y difusión.

11.2. Impactos sociales

Por otra parte, en los impactos sociales al diseñar un producto turístico, que en este caso es una ruta turística, beneficiará a los pobladores del sector y también a los prestadores de servicios turísticos, debido a que esta ruta es una alternativa de actividades para los turistas que visitan el cantón Pujilí, en donde se aprovecha los atractivos presentes en la zona en bien de la comunidad, de tal modo que además generará nuevas formas de desarrollo económico.

12. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 51

Cronograma de actividades

Actividades	Cronograma																			
	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero			
	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e
	n	m	m	m	m	m	m	m	m	m	m	m	m	m	m	m	m	m	m	n
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Entrega del oficio de selección de																				

modalidad de titulación y tema.	
Solicitud para la designación de tutor.	
Revisión bibliográfica.	
Recopilar las fichas inventariadas del MINTUR de todos los atractivos del cantón Pujilí.	
Realización de salidas de campo para verificar.	
Entrega del informe de observaciones para las correcciones del plan.	
Entrega del informe mensual del tutor del proyecto de investigación.	
Sistematización de la información recopilada.	
Identificación de los actores clave.	
Aplicación de la entrevista no estructurada.	
Entrega del informe mensual del tutor del proyecto de investigación.	
Revisión del PDOT del cantón Pujilí.	
Utilización del Manual para la Planificación de Productos Turísticos del MINCETUR.	
Análisis del destino.	
Delimitación del destino turístico.	

Entrega del informe mensual del tutor del proyecto de investigación.	
Propuesta del Plan de Acción.	

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

13. PRESUPUESTO DEL PROYECTO

Tabla 52

Presupuesto de las estrategias de promoción, difusión y del cantón Pujilí

Presupuesto de gastos de las estrategias de promoción, difusión y del cantón Pujilí	
Estrategias	Presupuesto
Efectuar cursos sobre anuncios publicitarios, a prestadores de servicios turísticos.	\$6.360
Capacitar sobre el manejo de distintos medios de comunicación y redes sociales a las personas inmersas en los servicios turísticos.	\$4.800
Realizar convenios con entidades privadas, para que brinden el aprendizaje sobre la optimización en el uso de dispositivos móviles.	\$2.550
Establecer alianzas estratégicas con el GAD Municipal del cantón Pujilí, para la inversión en infraestructura de servicios turísticos, especialmente de los que se encuentran rodeados por atractivos.	\$20.000
Total	\$33.710

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

14.1. Conclusiones

- Se pudo evidenciar que el GAD Municipal del cantón Pujilí tenía el registro de 34 atractivos, pero en la actualidad sólo existen 33, siendo 9 naturales y 24 culturales, además, se ha logrado identificar 5 atractivos nuevos dentro de las parroquias de Zumbahua, Pilaló y Angamarca, en donde 4 son naturales, mientras que 1 es cultural, mismos que posteriormente sirvieron para realizar adecuadamente el diseño del

producto turístico, cabe señalar que la mayoría de atractivos naturales se encuentran en la parroquia de Zumbahua, mientras que los atractivos culturales están en la parroquia de Pujilí.

- El producto turístico diseñado es una ruta turística de dos días, con atractivos tales como sitios naturales, el Mirador de Sinchaguasín, el Mirador del Cañón Toachi, el Complejo Montañoso Thzirimatzi, la Laguna Cóndor Cocha, el Lago Cusco, mientras que, en las manifestaciones culturales, el Santuario del Niño Isinche, los Hornados y Morcillas de Pujilí, las Galerías Artesanales de Tigua, la Galería Artesanal Quilotoa y el Mirado de Cristal Quilotoa, también se puede desarrollar una gran variedad de actividades entre las cuales están caminatas, cabalgatas, cicloturismo, senderismo, escalada en roca, degustación de platos tradicionales, compra de artesanías y observación de flora y fauna, demandando servicios turísticos como la alimentación, el hospedaje, el transporte y el guía, cuyo paquete turístico cuesta \$460 por persona.
- Se obtuvieron 5 estrategias ofensivas, 5 estrategias de adaptación, 3 estrategias de supervivencia y 1 estrategia defensiva, mismas que fueron enfocadas a los temas de medios de comunicación, consumo de contenido, redes sociales y conectividad a internet, así como también del cantón Pujilí en general, para finalmente proponer un Plan de Acción con la ayuda de las estrategias más relevantes e importantes.

14.2. Recomendaciones

- Se recomienda a las autoridades encargadas en el ámbito turístico del cantón Pujilí, que estén constantemente actualizando el inventario de los sitios naturales y manifestaciones culturales del sector, así como también identificando nuevos atractivos, ya que en su entorno se pueden visualizar gran variedad de atractivos turísticos, mismos que pueden ser útiles para generar más demanda turística en la zona.

- Se sugiere identificar todos los productos existentes en el sitio, sin exclusión alguna, así como también crear nuevos productos turísticos con los atractivos menos visitados y que puedan ser difundidos de alguna manera, logrando que los turistas puedan conocer la gran variedad de oferta turística que posee el cantón Pujilí, lo cual beneficiaría a generar ingresos económicos para el sector y también más fuentes de empleo para los moradores locales.
- Se recomienda al GAD Municipal del cantón Pujilí, que realice un Plan de Marketing Turístico, enfocado en la promoción, difusión y comercialización de los productos turísticos del cantón, consiguiendo que se dé a conocer tanto a los distintos atractivos como a los productos que posee la zona.

15. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 4.REGLAMENTO-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TURISTICO.pdf*. (2017). Recuperado 29 de octubre de 2022, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/4.REGLAMENTO-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TURISTICO.pdf>
- 125774.pdf*. (2016). Recuperado 15 de septiembre de 2022, de <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/9031/1/125774.pdf>
- 0560000540001_PD Y OT PUJILI APROBADO_11-04-2019_08-31-01.pdf*. (2019). Recuperado 15 de septiembre de 2022, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0560000540001_PD%20Y%20OT%20PUJILI%20APROBADO_11-04-2019_08-31-01.pdf
- Álvarez Piñeros, D., Vásquez Ortiz, W. F., & Rodríguez Pizzinato, L. A. (2017). La salida de campo, una posibilidad en la formación inicial docente. *Didáctica de las Ciencias Experimentales y Sociales*, 0(31), 61-78. <https://doi.org/10.7203/dces.31.8431>
- AnalisisFoda.pdf*. (2019). Recuperado 12 de febrero de 2023, de <https://obgin.net/cursos/wp-content/uploads/2019/10/AnalisisFoda.pdf>
- Andrade Oña, M. D. (2021). *Análisis de la planta turística oferta alimentación, cantón Pujilí* [BachelorThesis, Ecuador, Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC)]. <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/7806>
- ASENTAMIENTOS HUMANOS_14-11-2016.pdf*. (2016). Recuperado 14 de febrero de 2023, de https://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/ASENTAMIENTOS%20HUMANOS_14-11-2016.pdf
- CANTÓN PUJILÍ. Reseña histórica—PDF Free Download*. (2018). Recuperado 15 de enero de 2023, de <https://docplayer.es/58145726-Canton-pujili-resena-historica.html>

Chasiluisa, L. E. L. (2016). *AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL*. 148.

Chávez, N. I. S., Fernández, A. J. R., & Gómez, G. A. Á. (2017). Actualidad y proyecciones de desarrollo del turismo internacional en Ecuador. *Revista UNIANDÉS Episteme*, 4(3 (Julio-Septiembre), 276-287.

Cómo-elaborar-un-podcast.pdf. (2019). Recuperado 23 de septiembre de 2022, de <https://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3915/1/C%C3%B3mo-elaborar-un-podcast.pdf>

Desarrollo de productos turísticos. (2020). Recuperado 8 de diciembre de 2022, de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos>

Dovale, M. A., Slovasevich, C. M. G., & Hernández, I. P. (2021). Rediseño de la modalidad de turismo de aventura en el destino de naturaleza Viñales. *Cooperativismo y Desarrollo: COODES*, 9(1), 243-257.

EL CHECKLIST COMO HERRAMIENTA DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD EN LA OPERADO.pdf. (2018). Recuperado 19 de febrero de 2023, de <https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4023/1/EL%20CHECKLIST%20COMO%20HERRAMIENTA%20DEL%20SISTEMA%20DE%20GESTI%C3%93N%20DE%20CALIDAD%20Y%20LA%20COMPETITIVIDAD%20EN%20LA%20OPERADO.pdf>

El Mirador del Quilotoa fue elegido como la segunda mejor obra del año – Ministerio de Turismo. (2019). Recuperado 2 de febrero de 2023, de <https://www.turismo.gob.ec/el-mirador-del-quilotoa-fue-elegido-como-la-segunda-mejor-obra-del-ano/>

Elementos fundamentales en la actividad turística.pdf. (2017). Recuperado 22 de octubre de 2022, de

https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tizayuca/turismo/elementos_fundamentales_en_la_actividad_turistica.pdf

Elizondo, E. G. V., & Tudela, A. A. B. (2018). *SUBSECRETARIOS DE GESTIÓN Y DESARROLLO*. 138.

Elodie, M., González-Gallarza Granizo, M., & Fayos Gardó, T. (2017). ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 11(2), 269-284.

<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2017.11.017>

Entrevista pf.pdf. (2018). Recuperado 19 de febrero de 2023, de

<http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>

Espinel, F. A., & Pacheco, D. O. (2016). *Acuerdo Ministerial 1 Registro Oficial 761 de 24-may.-2016 Estado: Vigente*. 16.

Estrategias promoción.pdf. (2017). Recuperado 21 de septiembre de 2022, de

https://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3018/1/Estrategias_promoci%C3%B3n.pdf

Estructura de un periódico. (2018). 33.

García R, N., & Quintero I, Y. (2018). Producto de sol y playa para el desarrollo turístico del Municipio Trinidad de Cuba. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(1), 52-64. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2018000100052>

GeoVit Pernoctaciones. (2018). Tableau Software. Recuperado 16 de enero de 2023, de

https://public.tableau.com/views/GeoVitPernoctaciones/Cartula?:embed=y&:showVizHome=no&:host_url=https%3A%2F%2Fpublic.tableau.com%2F&:embed_code_version=3&:tabs=yes&:toolbar=yes&:animate_transition=yes&:display_static_image=no&:display_spinner=no&:display_overlay=yes&:display_count=yes&:loadOrderID=0

- González Mantilla, P., & Neri, L. (2017). El ecoturismo como alternativa sostenible para proteger el bosque seco tropical peruano: El caso de Proyecto Hualtaco, Tumbes. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 13(6), 1437-1449.
<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2017.13.100>
- Goris, G., & Adolf, S. J. (2015). Utilidad y tipos de revisión de literatura. *Ene*, 9(2), 0-0.
<https://doi.org/10.4321/S1988-348X2015000200002>
- Guananga-Zumbana, H. O., & Chávez, N. I. S. (2020). El Turismo comunitario desde una perspectiva del modelo ANHOLT. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 674-692.
- Jaimes Maruri, K. C., Morales Zamorano, L. A., & Jasso-Arriaga, X. (2020). Agroturismo: ¿oportunidad y desafío para el Valle de San Quintín, Baja California, México? *Economía Sociedad y Territorio*, 21(65), 29-56. <https://doi.org/10.22136/est20211607>
- La técnica_de_Focus_Group_2018.pdf*. (2018). Recuperado 19 de febrero de 2023, de http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/123386/1/La%20t%C3%A9cnica_de_Focus_Group_2018.pdf
- LEY-DE-TURISMO.pdf*. (2017). Recuperado 22 de octubre de 2022, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf*. (2014). Recuperado 19 de septiembre de 2022, de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>
- MARAVILLAS-DEL-ECUADOR-EN-3D.pdf*. (2017). Recuperado 10 de febrero de 2023, de <https://www.geoportalignm.gob.ec/portal/wp-content/uploads/filebase/MARAVILLAS-DEL-ECUADOR-EN-3D.pdf>
- Met_insitu.pdf*. (2017). Recuperado 19 de febrero de 2023, de http://www.oas.org/juridico/spanish/met_insitu.pdf

- Morales, S. (2018). *QUE ES UN PLAN DE ACCION*. Recuperado 20 de febrero de 2023, de https://www.academia.edu/25895994/QUE_ES_UN_PLAN_DE_ACCION
- Ortiz, C. (2020). *ANÁLISIS DE LA PLANTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE AMBATO PARA EL FOMENTO DEL TURISMO DE ROMANCE*. 198.
- Páginas web.pdf*. (2018). Recuperado 23 de septiembre de 2022, de <https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/5006/P%C3%A1ginas%20web.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Paola, O. C. A., & Karina, V. A. R. (2018). *IMPORTANCIA DEL ANÁLISIS FODA PARA LA ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS EN ORGANIZACIONES AMERICANAS, UNA REVISIÓN DE LA ÚLTIMA DÉCADA*.
- PDYOT-FINAL-CONCEJO-CANTONAL-v.1-2.pdf*. (2021). Recuperado 15 de febrero de 2023, de <https://www.cideu.org/wp-content/uploads/PDYOT-FINAL-CONCEJO-CANTONAL-v.1-2.pdf>
- PDOT Pujilí. (2021). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Pujilí.
- Peet, N. A. O. (2021). *ACUERDO MINISTERIAL NRO. 2021-037*. 16.
- Plan de Desarrollo. (2022). Producto 2-Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Pujilí.
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cotopaxi 2025*. (2018).
- Productos Turísticos Del Ecuador*. (2018). calameo.com. Recuperado 18 de febrero de 2023, de <https://www.calameo.com/read/00631135343a815987c4a>
- Recreacion_imprensa3.pdf*. (2017). Recuperado 23 de octubre de 2022, de https://www.dgeip.edu.uy/documentos/2017/ProgramaMaestrosComunitarios/encastres/recreacion_imprensa3.pdf
- Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf*. (2018). Recuperado 22 de octubre de 2022, de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf

REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf. (2017). Recuperado 22 de octubre de 2022, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

Reglamento-de-Operacion-e-Intermediacion-Turistica.pdf. (2017). Recuperado 23 de octubre de 2022, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/07/Reglamento-de-Operacion-e-Intermediacion-Turistica.pdf>

Riofrío, I. D., & Soria, L. A. (2017). *MINISTERIO DE TURISMO*. 179.

Riveroll, M. D., Parada, A. V., & Gómez, A. R. (2019). *GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL ANÁLISIS DE FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (FODA)*. 28.

RO 169 Reglamento de Centros de Turismo Comunitario.pdf. (2022). Google Docs. Recuperado 30 de octubre de 2022, de https://drive.google.com/file/d/1mQ3J8fcQccs9Cvx9iOcNkhTrUyrBfag5/view?usp=embed_facebook

Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 82, 175-195. <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>

Ronquillo, E. S. S. (2017). *DIRECTORA DE LA CARRERA*. 115.

Sakanyan, B. (2018). *Conceptualización y Diseño gráfico para la postproducción de un video promocional para la asociación ArteSOSlidario*. 106.

Sánchez, S., & Cristina, V. (2021). *Posicionamiento de atractivos turísticos y su incidencia en la demanda turística del cantón*. 174.

Santiago Chávez, N. I., Romero Fernández, A. J., & Álvarez Gómez, G. A. (2017). *Actualidad y proyecciones de desarrollo del turismo internacional en Ecuador*. Recuperado 15 de septiembre de 2022, de <https://core.ac.uk/outputs/235987880>

- Sesión 6 BIODIVERSIDAD 5to Secundaria ANEXO3.pdf*. (2017). Recuperado 23 de septiembre de 2022, de <https://www.minam.gob.pe/proyecolegios/Curso/curso-virtual/Modulos/modulo2/3Secundaria/Actividades-Aprendizaje/Comunica/S6/anexo6/Sesi%C3%B3n%206%20BIODIVERSIDAD%20to%20Secundaria%20ANEXO3.pdf>
- Td4375.pdf*. (2017). Recuperado 23 de septiembre de 2022, de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/2976/1/td4375.pdf>
- Técnicas y métodos inv.pdf*. (2018). Recuperado 19 de febrero de 2023, de https://eduvirtual.cuc.edu.co/moodle/pluginfile.php/618544/mod_resource/content/1/T%C3%A9nicas%20y%20m%C3%A9todos%20inv.pdf
- Tema 8-Encuestas.pdf*. (2018). Recuperado 19 de febrero de 2023, de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/34/Tema%208-Encuestas.pdf>
- Triptico.pdf*. (2017). Recuperado 23 de septiembre de 2022, de <https://www.uanl.mx/utilerias/chip/descarga/triptico.pdf>
- T-UCE-0011-IC353-2018.pdf*. (2018). Recuperado 14 de febrero de 2023, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/15372/1/T-UCE-0011-IC353-2018.pdf>
- U5 pp 128 radio.pdf*. (2018). Recuperado 23 de septiembre de 2022, de <https://www.mineduc.gob.gt/DIGECADE/documents/Telesecundaria/Recursos%20Digitales/3o%20Recursos%20Digitales%20TS%20BY-SA%203.0/COMUNICACION%20Y%20LENGUAJE/U5%20pp%20128%20radio.pdf>

16. APÉNDICES

Apéndice 1

Aval de traducción



CENTRO
DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

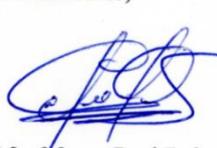
En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL CANTÓN PUJILÍ”** presentado por: **Parra Rivera Dennis Jefferson** y **Ramírez Vega Jessica Jackelin** egresados de la Carrera de: **Licenciatura en Turismo**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales**, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a los peticionarios hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, Febrero del 2023.

Atentamente,




CENTRO
DE IDIOMAS

Mg. Marco Paul Beltrán Sembiantes
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC
CC: 0502666514

Apéndice 2

Hojas de vida del equipo de investigadores



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE

DATOS PERSONALES

APELLIDOS: RODAS VINUEZA

NOMBRES: DANIELA ALEJANDRA

ESTADO CIVIL: CASADA

CÉDULA DE CIUDADANÍA: 172222086-8

NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES: 2

LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: QUITO, 28 de abril de 1989

DIRECCIÓN DOMICILIARIA: JOSÉ XIRONZA S2-27 Y FRANCISCO MATIZ

TELÉFONO CONVENCIONAL: 023194447 **TELÉFONO CELULAR:** 0998019555

EMAIL INSTITUCIONAL: daniela.rodas@utc.edu.ec



ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS

NIVEL	TITULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO	CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP O SENESCYT
TERCER	Ingeniería en Administración y Dirección de Empresas Hoteleras	06-11-2013	1036-13-1247547
CUARTO	Master Universitario en Gestión Internacional del Turismo mención en Gestión Internacional de Destinos Turísticos	09-03-2017	724197109

HISTORIAL PROFESIONAL

Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

ÁREA DEL CONOCIMIENTO EN LA CUAL SE DESEMPEÑA:

Administración de Empresas Hoteleras / Gestión de Turismo Internacional

FECHA DE INGRESO A LA UTC: Abril 2017

Daniela Rodas

FIRMA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DATOS INFORMATIVOS PERSONAL POSTULANTE

DATOS PERSONALES

APELLIDOS: PARRA RIVERA

NOMBRES: DENNIS JEFFERSON

ESTADO CIVIL: SOLTERO

CÉDULA DE CIUDADANÍA: 172493694-1

NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES: 0

LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: MACHACHI, 22 de agosto de 1996

DIRECCIÓN DOMICILIARIA: RUMIÑAHUI E1-24 Y FERNÁNDEZ SALVADOR

TELÉFONO CONVENCIONAL: 022316737 **TELÉFONO CELULAR:** 0979923449

EMAIL INSTITUCIONAL: dennis.parra6941@utc.edu.ec



ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS

NIVEL	TÍTULO OBTENIDO
PRIMARIA	Escuela Fiscal Mixta "José Mejía Lequerica"
SECUNDARIA	Bachiller en Ciencias

CERTIFICADOS OBTENIDOS

Certificado de asistencia al webinar "Turismo y Sociedad en tiempos de pandemia"

Certificado de asistencia al "I Seminario Internacional de Turismo y Patrimonio, fortaleciendo conocimientos y competencias durante la Pandemia"

Certificado de asistencia al "Seminario Internacional Intercambio Científico"

FIRMA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DATOS INFORMATIVOS PERSONAL POSTULANTE

DATOS PERSONALES

APELLIDOS: RAMÍREZ VEGA

NOMBRES: JESSICA JACKELIN

ESTADO CIVIL: SOLTERA

CÉDULA DE CIUDADANÍA: 120546963-6

NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES: 1

LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: RICAURTE, 11 de enero de 1994

DIRECCIÓN DOMICILIARIA: PASAJE E2F LT35 CALLE LA PATAGONIA PB2
QUITUMBE

TELÉFONO CONVENCIONAL: 032642009 **TELÉFONO CELULAR:** 0978656859

EMAIL INSTITUCIONAL: jessica.ramirez9636@utc.edu.ec



ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS

NIVEL	TÍTULO OBTENIDO
PRIMARIA	Escuela "Amable Arauz"
SECUNDARIA	Bachiller Técnico Polivalente Especialidad Contabilidad y Administración

CERTIFICADOS OBTENIDOS

Certificado de asistencia al webinar "Turismo y Sociedad en tiempos de pandemia"

Certificado de asistencia al "I Seminario Internacional de Turismo y Patrimonio, fortaleciendo conocimientos y competencias durante la Pandemia"

Certificado de asistencia al "Seminario Internacional Intercambio Científico"

FIRMA

Apéndice 3

Fichas

Ficha 1

Laguna Cóndor Cocha



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																			
Código del atractivo:	0	5	0	4	5	8	A	N	0	3	0	2	0	2	0	0	1		
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo											
1. DATOS GENERALES																			
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																			
Laguna Cóndor Cocha																			
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo											
Atractivos Naturales				Ambientes lacustres				Lagunas											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																			
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia											
Cotacachi				Pujilí				Zumbalva											
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal									
Zumbalva																			
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)											
-0.928040				-78.906063				3490											
2.11 Información del administrador																			
a. Tipo de Administrador: Público									b. Nombre de la Institución:										
c. Nombre del Administrador:									d. Cargo que ocupa:										
e. Teléfono / Celular:									f. Correo Electrónico:										
Observaciones:																			
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																			
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Clima: Templado						b. Temperatura(°C): 10 a 12°C						c. Precipitación Pluviométrica (mm): 400 a 800							
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Cultura <input type="checkbox"/>						b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>						c. Aventura <input type="checkbox"/>							
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>				e. Urbano <input type="checkbox"/>			
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención													
		Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar					
Libre <input checked="" type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>							
Restringido <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>							
Pagado <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>							
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>						f. Forma de Pago:		Electivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					
e. Precio:		Desde 0.00		Hasta 0.00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>									
g. Meses recomendables de visita:						Enero, Febrero, Marzo, Abril, Mayo, Junio, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.													
Observaciones:																			
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																			
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																			
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): Zumbalva																			
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: 14 km				c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: de 24 min/h/min				d. Coordenadas (grados decimales): Lat: -0.573201 Long: -78.540224											
Observaciones:																			
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																			
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado							
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>								Asfaltado		Bueno							
		b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>								Piedra		Mal							



c. Tercer orden <input type="checkbox"/>									
Observaciones:									
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida			Estado	Puerto / Muelle de Llegada			Estado
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida				Puerto / Muelle de Llegada			
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida				Puerto / Muelle de Llegada			
Observaciones:									
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>									
Nacional: <input type="checkbox"/>					Internacional: <input type="checkbox"/>				
Observaciones:									
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>				
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input checked="" type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>				
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique							
Observaciones:									
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>									
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)			
		Día	Semanal	Mensual	Eventual				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>									
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>						
Observaciones: <i>No cuenta con instalaciones para personas con discapacidad.</i>									
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>									
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>					
Observaciones:									
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input checked="" type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		



Hotel	<input type="checkbox"/>				Hotel	<input type="checkbox"/>			
Hostal	<input type="checkbox"/>				Hostal	<input type="checkbox"/>			
Hostería	<input type="checkbox"/>				Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	1	11	25
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>				Hacienda Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	1	7	19
Lodge	<input type="checkbox"/>				Lodge	<input type="checkbox"/>			
Resort	<input type="checkbox"/>				Resort	<input type="checkbox"/>			
Refugio	<input type="checkbox"/>				Refugio	<input type="checkbox"/>			
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>				Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>			
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>				Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input type="checkbox"/>				Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	2	9	36
Cafeterías	<input type="checkbox"/>				Cafeterías	<input type="checkbox"/>			
Bares	<input type="checkbox"/>				Bares	<input type="checkbox"/>			
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>				Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		
Mayoristas	<input type="checkbox"/>				Mayoristas	<input type="checkbox"/>			
Internacionales	<input type="checkbox"/>				Internacionales	<input type="checkbox"/>			
Operadoras	<input type="checkbox"/>				Operadoras	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura
<input type="checkbox"/>				Aventura	<input checked="" type="checkbox"/>	6			Aventura
Observaciones:					Observaciones:				
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>									
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)			
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	I-Tur	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Miradores	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	



Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>
Especifique:		Especifique:	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua: <input type="checkbox"/>		Agua <input checked="" type="checkbox"/>	
Especifique:		Especifique: <i>Agua potable.</i>	
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>		Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>	
Especifique:		Especifique: <i>Servicio eléctrico.</i>	
Saneamiento: <input type="checkbox"/>		Saneamiento: <input type="checkbox"/>	



Especifique:		Especifique:						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input type="checkbox"/>						
Especifique:		Especifique:						
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento		<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>								
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad		Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>					
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>			Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>					
Dispensario médico <input type="checkbox"/>			Dispensario médico <input type="checkbox"/>					
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>			Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>					
Otros <input type="checkbox"/>			Otros <input type="checkbox"/>					
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Calle							
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>								



c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		d. Otra <input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones:			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	
Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento: <input type="checkbox"/>	
Nombre del documento:		Año de elaboración:	
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)			
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/>		SI <input checked="" type="checkbox"/>	
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/>	
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping <input checked="" type="checkbox"/>	k. Pícnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input checked="" type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Observaciones:	
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>			



9.2.1 Tangibles e Intangibles <input type="checkbox"/>		
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	l. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	i. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:		
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>		
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)		
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL:	
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre:	
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre:	
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre:	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre:	
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre:	
Observaciones:		
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:		
Observaciones:		
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>		
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>		
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro		
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes:		
c. Temporalidad de visita al atractivo		
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique	Número de visitantes
Baja (meses) <input type="checkbox"/>		
d. Llegada de turistas		
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual
<input type="checkbox"/> Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual
Cludades de origen		
Observaciones:		
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>		
Nombre del Informante Clave:		Contactos:
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>
Lunes a viernes	Fines de semana	Días feriados
Permanente <input type="checkbox"/>	Estacional <input type="checkbox"/>	Esporádica <input type="checkbox"/>
		Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones:		



12. RECURSO HUMANO		SI	NO	S/I	
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/> 0		d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/> 0			
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/> 0	
Primaria <input checked="" type="checkbox"/>	Secundaria <input checked="" type="checkbox"/>	Primeros Auxilios <input type="checkbox"/>	Hospitalidad <input checked="" type="checkbox"/>	Inglés <input checked="" type="checkbox"/>	Alemán <input type="checkbox"/>
Tercer Nivel <input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel <input type="checkbox"/>	Atención al Cliente <input type="checkbox"/>	Guianza <input checked="" type="checkbox"/>	Francés <input type="checkbox"/>	Italiano <input type="checkbox"/>
Otro	Sensibilización de discapacidades <input type="checkbox"/>	Otro	Chino <input type="checkbox"/>	Otro	
Observaciones:					

13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

Esta se caracteriza por poseer una abundante vegetación como pajonal, al no haber llamas, entre otras, pero sobre todo en su frente se encuentra una montaña.

14. ANEXOS



Fuente: Parra, Ramírez, 2022.



Fuente: Google earth, 2022.

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)		
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre: Parra Dennis y Ramírez Jessica	Apellido y Nombre:	Apellido y Nombre:
Institución: Universidad Técnica de Cotacachi	Institución:	Institución:
Cargo: Estudiantes.	Cargo:	Cargo:
Correo Electrónico: dennis.parra6941@utcd.ec, jessica.ramirez9636@utcd.ec	Correo Electrónico:	Correo Electrónico:
Teléfono: 0973923443, 0978656859	Teléfono:	Teléfono:
Firma: [Signatures]	Firma:	Firma:
Fecha: 11-11-2022	Fecha:	Fecha:

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

➤ Ponderización de la Laguna Cóndor Cocha

Laguna Cóndor Cocha

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	10
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	0
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	4
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	4
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	4
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	4
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL		100	36

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Ficha 2

Lago Cusco



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS												
Código del atractivo:	05	04	58	AN	03	01	02	00	02			
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo				
1. DATOS GENERALES												
1.1 Nombre del Atractivo Turístico Lago Cusco												
1.2 Categoría Atractivos Naturales			1.3 Tipo Ambientes Acuáticos			1.4 Subtipo lagos						
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO												
2.1 Provincia Cotacachi			2.2 Cantón Pujilí			2.3 Parroquia Zumbalva						
2.4 Barrio, Sector o Comuna Tigra			2.5 Calle Principal		2.6 Número		2.7 Transversal					
2.8 Latitud (grados decimales) -0.999698			2.9 Longitud (grados decimales) -73.782005			2.10 Altura (msnm) 3.401						
2.11 Información del administrador												
a. Tipo de Administrador: Público					b. Nombre de la Institución:							
c. Nombre del Administrador:					d. Cargo que ocupa:							
e. Teléfono / Celular:					f. Correo Electrónico:							
Observaciones:												
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO												
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Clima: Templado					b. Temperatura(°C): 10 a 12°C							
c. Precipitación Pluviométrica (mm): 400 a 800												
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Cultura <input type="checkbox"/>			b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>			c. Aventura <input type="checkbox"/>						
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Prístino <input type="checkbox"/>			b. Primitivo <input type="checkbox"/>			c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>		d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>		e. Urbano <input type="checkbox"/>		
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención		c. Atención								
		Ingreso Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro	Especificar	
Libre <input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
Restringido <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
Pagado <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>			f. Forma de Pago:			Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		
e. Precio: Desde 0.00 Hasta 0.00			Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>			Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>		
g. Meses recomendables de visita:			Enero, Febrero, Marzo, Abril, Mayo, Junio, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre.									
Observaciones:												
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>												
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): Zumbalva												
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: 14 km			c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 24 min			d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: -0.573304 Long.: -78.540224						
Observaciones:												
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado
		a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>								Asfaltado		Bueno
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>								Piedra		Mal



		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>					
Observaciones:							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida		Estado		Puerto / Muelle de Llegada	Estado
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida				Puerto / Muelle de Llegada	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida				Puerto / Muelle de Llegada	
Observaciones:							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>		
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input checked="" type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique					
Observaciones:							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>							
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>		b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>		c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>		d. No es accesible <input type="checkbox"/>	
Observaciones: <i>No cuenta con instalaciones para personas con discapacidad.</i>							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>		Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>		
Observaciones:							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas



Hotel	<input type="checkbox"/>				Hotel	<input type="checkbox"/>			
Hostal	<input type="checkbox"/>				Hostal	<input type="checkbox"/>			
Hostería	<input type="checkbox"/>				Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	1	11	25
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>				Hacienda Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	1	7	19
Lodge	<input type="checkbox"/>				Lodge	<input type="checkbox"/>			
Resort	<input type="checkbox"/>				Resort	<input type="checkbox"/>			
Refugio	<input type="checkbox"/>				Refugio	<input type="checkbox"/>			
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>				Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>			
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>				Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input type="checkbox"/>				Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	2	9	36
Cafeterías	<input type="checkbox"/>				Cafeterías	<input type="checkbox"/>			
Bares	<input type="checkbox"/>				Bares	<input type="checkbox"/>			
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>				Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		
Mayoristas	<input type="checkbox"/>				Mayoristas	<input type="checkbox"/>			
Internacionales	<input type="checkbox"/>				Internacionales	<input type="checkbox"/>			
Operadoras	<input type="checkbox"/>				Operadoras	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura
<input type="checkbox"/>				Aventura	<input checked="" type="checkbox"/>	6			Aventura
Observaciones:					Observaciones:				
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>									
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)		
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>
Cajero automático <input type="checkbox"/>		Otro <input type="checkbox"/>	
Especifique:		Especifique:	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I			
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I			
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique:	Especifique: Agua potable.		
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique:	Especifique: Servicio eléctrico.		
Sanearamiento: <input type="checkbox"/>	Sanearamiento: <input type="checkbox"/>		



Especifique:		Especifique:						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input type="checkbox"/>						
Especifique:		Especifique:						
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento		X			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>								
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad		Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>					
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>			Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>					
Dispensario médico <input type="checkbox"/>			Dispensario médico <input type="checkbox"/>					
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>			Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>					
Otros <input type="checkbox"/>			Otros <input type="checkbox"/>					
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	talle							
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>								



c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	De	
d. Otra	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	
		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	
Inundaciones <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>	
Tsunami <input type="checkbox"/>			
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento:	
		Nombre del documento:	
		Año de elaboración:	
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES <input checked="" type="checkbox"/>			
SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
S/I <input type="checkbox"/>			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		Año de elaboración: 2016	
SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		Especifique:	
SI <input type="checkbox"/>		NO <input checked="" type="checkbox"/>	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		Especifique:	
SI <input type="checkbox"/>		NO <input checked="" type="checkbox"/>	
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		Especifique:	
SI <input type="checkbox"/>		NO <input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
S/I <input type="checkbox"/>			
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Aílas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping <input checked="" type="checkbox"/>	k. Pícnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input checked="" type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>		
Observaciones:			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>			



9.2.1 Tangibles e Intangibles <input type="checkbox"/>		
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	l. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:		
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>		
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)		
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL:	
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre:	
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre:	
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre:	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre:	
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre:	
Observaciones:		
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:		
Observaciones:		
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>		
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>		
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro		
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes:		
c. Temporalidad de visita al atractivo		
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique	Número de visitantes
Baja (meses) <input type="checkbox"/>		
d. Llegada de turistas		
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual
<input type="checkbox"/> Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual
Ciudades de origen		
Observaciones:		
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>		
Nombre del Informante Clave:		Contactos:
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>
Lunes a viernes	Fines de semana	Días feriados
Permanente <input type="checkbox"/>	Estacional <input type="checkbox"/>	Esporádica <input type="checkbox"/>
		Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones:		



12. RECURSO HUMANO						SI	NO	S/I
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo			d. Número de personas especializadas en turismo			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		f. Número de personas capacitadas por temática (M)		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Primaria <input type="checkbox"/>	Secundaria <input type="checkbox"/>	Primeros Auxilios <input type="checkbox"/>	Hospitalidad <input type="checkbox"/>	Inglés <input type="checkbox"/>	Alemán <input type="checkbox"/>			
Tercer Nivel <input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel <input type="checkbox"/>	Atención al Cliente <input type="checkbox"/>	Guianza <input type="checkbox"/>	Francés <input type="checkbox"/>	Italiano <input type="checkbox"/>			
Otro		Sensibilización de discapacidades <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Chino <input type="checkbox"/>	Otro			
Observaciones:								

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

Posee una extensión de 10m de largo y una profundidad de 9m, en el mismo se puede visualizar patos y anquitas, así como también una abundante vegetación.



Fuente: Parra, Parra, 2022.



Fuente: Google earth, 2022.

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)		
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre: Parra Dennis y Ramírez Jessica	Apellido y Nombre:	Apellido y Nombre:
Institución: Universidad Técnica de Cotacachi	Institución:	Institución:
Cargo: Estudiante	Cargo:	Cargo:
Correo Electrónico: dennis.parra6941@utc.edu.ec, jessica.ramirez9636@utc.edu.ec	Correo Electrónico:	Correo Electrónico:
Teléfono: 0975322449, 0973666859	Teléfono:	Teléfono:
Firma: [Handwritten Signature]	Firma:	Firma:
Fecha: 11-11-2022	Fecha:	Fecha:

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

➤ Ponderización del Lago Cusco

Lago Cusco

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	10
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	0
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	8
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	4
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	9
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	4
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL		100	37

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Ficha 3

Mirador de Cristal Quilotoa



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																													
Código del atractivo:	0	5	0	4	5	8	M	C	0	1	0	3	0	2	0	0	3												
	Provincia	Cantón		Parroquia	Categoría		Tipo	Subtipo		Jerarquía	Atractivo																		
1. DATOS GENERALES																													
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																													
Mirador de Cristal Quilotoa																													
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo																	
Manifestaciones Culturales						Arquitectura						Infraestructura recreativa																	
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																													
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia																	
Cotacachi						Pujilí						Zumbahuera																	
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal			2.6 Número			2.7 Transversal																	
Zumbahuera																													
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales)						2.10 Altura (msnm)																	
-0.862236						-78.510906						3.510																	
2.11 Información del administrador																													
a. Tipo de Administrador: Privado									b. Nombre de la Institución: Organización Comunitaria de Desarrollo Turístico Lago Verde Quilotoa																				
c. Nombre del Administrador: Juan Lozano									d. Cargo que ocupa: Administración																				
e. Teléfono / Celular: 0985725388									f. Correo Electrónico: info@quilotoa.com.ec																				
Observaciones:																													
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																													
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																													
a. Clima: Frio						b. Temperatura(°C): 7 a 15°C						c. Precipitación Pluviométrica (mm): 200 a 400																	
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>																													
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>						b. Naturaleza <input type="checkbox"/>						c. Aventura <input type="checkbox"/>																	
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																													
a. Prístino <input type="checkbox"/>						b. Primitivo <input type="checkbox"/>						c. Rústico Natural <input checked="" type="checkbox"/>						d. Rural <input type="checkbox"/>						e. Urbano <input type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																													
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención																							
		Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar															
Libre <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>																	
Restringido <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>																	
Pagado <input checked="" type="checkbox"/>		08:00		16:00		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>																	
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>						f. Forma de Pago:		Efectivo <input checked="" type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>															
e. Precio:		Desde 1		Hasta 0.00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>																			
g. Meses recomendables de visita:						Junio, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre, Enero.																							
Observaciones:																													
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																													
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																													
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): Zumbahuera																													
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: 14 km						c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 24 min						d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: -0,573201 Long.: -78,540284																	
Observaciones:																													
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																													
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado																	
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>								Asfaltado		Bueno																	
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>																											



c. Tercer orden <input type="checkbox"/>							
Observaciones:							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida		Estado		Puerto / Muelle de Llegada	Estado
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida				Puerto / Muelle de Llegada	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida				Puerto / Muelle de Llegada	
Observaciones:							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Busetas <input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input checked="" type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique					
Observaciones:							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		
Compañía Occidental Embalses SA		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Cooperativa de transporte Vicos		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Cooperativa de transporte El de Octubre		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>							
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>				
Observaciones: <i>No cuenta con instalaciones para personas con discapacidad.</i>							
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas



Hotel	<input type="checkbox"/>				Hotel	<input type="checkbox"/>			
Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	2	23	59	Hostal	<input type="checkbox"/>			
Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	1	7	19	Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	1	11	25
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>				Hacienda Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	1	7	19
Lodge	<input type="checkbox"/>				Lodge	<input type="checkbox"/>			
Resort	<input type="checkbox"/>				Resort	<input type="checkbox"/>			
Refugio	<input type="checkbox"/>				Refugio	<input type="checkbox"/>			
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>				Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>			
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>				Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	2	12	48	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	2	9	36
Cafeterías	<input type="checkbox"/>				Cafeterías	<input type="checkbox"/>			
Bares	<input type="checkbox"/>				Bares	<input type="checkbox"/>			
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>				Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		
Mayoristas	<input type="checkbox"/>				Mayoristas	<input type="checkbox"/>			
Internacionales	<input type="checkbox"/>				Internacionales	<input type="checkbox"/>			
Operadoras	<input type="checkbox"/>				Operadoras	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura
<input checked="" type="checkbox"/>				Aventura	<input checked="" type="checkbox"/>	6			Aventura
Observaciones:					Observaciones:				
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>									
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)		
a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/>	Punto de Información	<input checked="" type="checkbox"/>		-0.862236 -78.910306		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	i-Tur	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardia	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input checked="" type="checkbox"/>		-0.862236 -78.910306		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Estacionamientos	<input checked="" type="checkbox"/>		-0.862236 -78.910306		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	
Especifique:		Especifique:	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
Especifique:		g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>
		i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>
		k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
		m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>
		o. Vandalismo <input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
Especifique:		g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>
		i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>
		k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
		m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>
		o. Vandalismo <input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante:	b. Denominación:	c. Fecha de declaración:	d. Alcance:
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: Agua potable.
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: Servicio eléctrico.
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>		Saneamiento: <input type="checkbox"/>	



Especifique:		Especifique:						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input type="checkbox"/>						
Especifique:		Especifique:						
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3 Materialidad				7.2.4 Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input checked="" type="checkbox"/>	De información botánica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	<input type="checkbox"/>	Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>	1		
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Dispensario médico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Botiquín de primeros auxilios	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Otros	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada	<input type="checkbox"/>	texto						
b. Policía nacional	<input type="checkbox"/>	texto						



c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	D	
d. Otra	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	
Satelitai <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones:			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	
Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Seqüia <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento: _____	
		Nombre del documento: _____	
		Año de elaboración: _____	
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Año de elaboración: 2016	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
		Especifique: _____	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
		Especifique: _____	
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
		Especifique: _____	
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>		
Observaciones:			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/>			



9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>		
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input checked="" type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input checked="" type="checkbox"/>
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input checked="" type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input checked="" type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input checked="" type="checkbox"/>
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:		
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>		
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)		
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL:	
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre:	
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre:	
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre:	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre:	
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre:	
Observaciones:		
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:		
Observaciones:		
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>		
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>		
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro		
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes:		
c. Temporalidad de visita al atractivo		
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique	Junio, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre, Enero
Baja (meses) <input type="checkbox"/>		
d. Llegada de turistas		
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual
<input type="checkbox"/> Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual
Ciudades de origen	Latacunga Ambato	Países de origen
Observaciones:		
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input checked="" type="checkbox"/>		
Nombre del Informante Clave: Juan Latacunga		Contactos:
Demanda según días de visita <input checked="" type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>
Lunes a viernes <input checked="" type="checkbox"/>	Fines de semana <input checked="" type="checkbox"/>	Días feriados <input checked="" type="checkbox"/>
Permanente <input type="checkbox"/>	Estacional <input type="checkbox"/>	Esporádica <input type="checkbox"/>
Inexistente <input type="checkbox"/>		
Observaciones:		



12. RECURSO HUMANO						SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/> 2			d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/> 0					
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/> 0				
Primaria <input checked="" type="checkbox"/> 1	Secundaria <input checked="" type="checkbox"/> 1	Primeros Auxilios <input type="checkbox"/> 0	Hospitalidad <input type="checkbox"/> 0	Inglés <input type="checkbox"/> 0	Alemán <input type="checkbox"/> 0			
Tercer Nivel <input type="checkbox"/> 0	Cuarto Nivel <input type="checkbox"/> 0	Atención al Cliente <input type="checkbox"/> 0	Guianza <input type="checkbox"/> 0	Francés <input type="checkbox"/> 0	Italiano <input type="checkbox"/> 0			
Otro <input type="checkbox"/>	Sensibilización de discapacidades <input type="checkbox"/> 0	Otro <input type="checkbox"/>	Chino <input checked="" type="checkbox"/> 0	Otro <input type="checkbox"/>				
Observaciones:								
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)								
Se caracteriza por ser un corazon construido de aluminio, a orillas de la estacion a la laguna de Quilotoa, por otra parte se piso este cubierto por vidrio.								
14. ANEXOS								
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)								
Fuente: Paro, Ramirez, 2022.								
c. Ubicación gráfica del Atractivo								
Fuente: Google earth, 2022.								
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)								
ELABORADO POR:			VALIDADO POR:			APROBADO POR:		
Apellido y Nombre: Parra Dennis y Ramirez Jessica			Apellido y Nombre:			Apellido y Nombre:		
Institución: Universidad Técnica de Cotacachi			Institución:			Institución:		
Cargo: Estudiante			Cargo:			Cargo:		
Correo Electrónico: dennis.parra.6941@utcc.edu.ec			Correo Electrónico:			Correo Electrónico:		
Teléfono: 0973303449			Teléfono:			Teléfono:		
Firma: [Signature]			Firma:			Firma:		
Fecha: 22-11-2022			Fecha:			Fecha:		

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramirez.

➤ Ponderización del Mirador de Cristal Quilotoa

Mirador de Cristal Quilotoa

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	9
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	4
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	8
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	8
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	9
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	4
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	3
TOTAL		100	47

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Ficha 4

Cueva Minus Uctu



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS								
Código del atractivo:	05	04	56	AN	07	01	02	004
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo
1. DATOS GENERALES								
1.1 Nombre del Atractivo Turístico								
Cueva Minus Uctu								
1.2 Categoría			1.3 Tipo			1.4 Subtipo		
Atractivos Naturales			Fenómenos espeleológicos			Cueva		
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO								
2.1 Provincia			2.2 Cantón			2.3 Parroquia		
Cotacachi			Pujilí			Pilaló		
2.4 Barrio, Sector o Comuna			2.5 Calle Principal		2.6 Número		2.7 Transversal	
Pilaló								
2.8 Latitud (grados decimales)			2.9 Longitud (grados decimales)			2.10 Altura (msnm)		
-0.9890992			-72.495563			2490		
2.11 Información del administrador								
a. Tipo de Administrador:				b. Nombre de la Institución:				
c. Nombre del Administrador:				d. Cargo que ocupa:				
e. Teléfono / Celular:				f. Correo Electrónico:				
Observaciones:								
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO								
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Clima: Frío			b. Temperatura(°C): 30 a 18°C			c. Precipitación Pluviométrica (mm): 327 a 600		
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Cultura <input type="checkbox"/>			b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>			c. Aventura <input type="checkbox"/>		
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Prístino <input type="checkbox"/>			b. Primitivo <input type="checkbox"/>			c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>		
			d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>			e. Urbano <input type="checkbox"/>		
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención		c. Atención				
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		08:00	16:00	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Restringido <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Pagado <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>			f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/> Dinero Electrónico <input type="checkbox"/> Depósito Bancario <input type="checkbox"/> Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>			
e. Precio: Desde 0.00 Hasta 0.00				Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/> Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/> Cheque <input type="checkbox"/>				
g. Meses recomendables de visita:			Todo el año.					
Observaciones:								
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): Lo Mansé								
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: 37 km			c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 40 h/min		d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: -0940697 Long.: -76.491670			
Observaciones:								
4.2 Vías de Acceso (M) <input type="checkbox"/>								
a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)
		Estado						
		a. Primer orden <input type="checkbox"/>						
		b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>						Asfaltado y pavimento Malo



c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/>						Piedra		Mulo	
Observaciones:									
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida		Estado		Puerto / Muelle de Llegada		Estado	
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida				Puerto / Muelle de Llegada			
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida				Puerto / Muelle de Llegada			
Observaciones:									
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>				Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones:									
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>				
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input checked="" type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>				
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique							
Observaciones:									
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>									
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)			
		Diaría	Semanal	Mensual	Eventual				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>									
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>		b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>		c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>		d. No es accesible <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <i>No cuenta con instalaciones para personas con discapacidad.</i>									
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>									
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>		Estado (U)	Buena <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Mala <input type="checkbox"/>				
Observaciones:									
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>									
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		



Hotel	<input type="checkbox"/>				Hotel	<input type="checkbox"/>			
Hostal	<input type="checkbox"/>				Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>		2	
Hostería	<input type="checkbox"/>				Hostería	<input type="checkbox"/>			
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>				Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>			
Lodge	<input type="checkbox"/>				Lodge	<input type="checkbox"/>			
Resort	<input type="checkbox"/>				Resort	<input type="checkbox"/>			
Refugio	<input type="checkbox"/>				Refugio	<input type="checkbox"/>			
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>				Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>			
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>				Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input type="checkbox"/>				Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	2		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>				Cafeterías	<input type="checkbox"/>			
Bares	<input type="checkbox"/>				Bares	<input type="checkbox"/>			
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>				Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		
Mayoristas	<input type="checkbox"/>				Mayoristas	<input type="checkbox"/>			
Internacionales	<input type="checkbox"/>				Internacionales	<input type="checkbox"/>			
Operadoras	<input type="checkbox"/>				Operadoras	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura
<input type="checkbox"/>				Aventura	<input type="checkbox"/>				Aventura
Observaciones:					Observaciones:				
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo					<input checked="" type="checkbox"/>				
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)			
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	I-Tur	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Miradores	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso <input checked="" type="checkbox"/>	Senderos	<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	



Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>
Cajero automático <input type="checkbox"/>		Otro <input type="checkbox"/>	
Especifique:		Especifique:	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique:	Especifique: <i>Agua potable.</i>		
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique:	Especifique: <i>Servicio eléctrico.</i>		
Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input type="checkbox"/>		



Especifique:		Especifique:						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input type="checkbox"/>						
Especifique:		Especifique:						
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento		<input checked="" type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de conciliación					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>								
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad		Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	L				
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>			Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>					
Dispensario médico <input type="checkbox"/>			Dispensario médico <input type="checkbox"/>					
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>			Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>					
Otros <input type="checkbox"/>			Otros <input type="checkbox"/>					
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	L							
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>								



c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>			
d. Otra <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <i>UPC en R. La G.</i>			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	
Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>
	Fibra óptica <input type="checkbox"/>		Fibra óptica <input type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>
	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>	Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	
		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	
		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>	
		Aguajes <input type="checkbox"/>	
		Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento:	
		Nombre del documento:	
		Año de elaboración:	
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES			
		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		S/I <input type="checkbox"/>	
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Año de elaboración: 2016	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD 'S)?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
		Especifique:	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
		Especifique:	
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
		Especifique:	
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)			
		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		S/I <input type="checkbox"/>	
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input checked="" type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Pícnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input checked="" type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Observaciones:	
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>			



9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>		
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:		
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>		
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)		
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL:	
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre:	
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre:	
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre:	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre:	
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre:	
Observaciones:		
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:		
Observaciones:		
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>		
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>		
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro		
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes:		
c. Temporalidad de visita al atractivo		
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique	Número de visitantes
Baja (meses) <input type="checkbox"/>		
d. Llegada de turistas		
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual
<input type="checkbox"/> Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual
Ciudades de origen		
Observaciones:		
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>		
Nombre del Informante Clave:		Contactos:
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>
Lunes a viernes	Fines de semana	Días feriados
Permanente <input type="checkbox"/>	Estacional <input type="checkbox"/>	Esporádica <input type="checkbox"/>
		Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones:		



12. RECURSO HUMANO			SI	NO	S/I
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Número de personas especializadas en turismo	
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		<input type="checkbox"/>	f. Número de personas capacitadas por temática (M)		<input type="checkbox"/>
Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input checked="" type="checkbox"/>	Primeros Auxilios	<input checked="" type="checkbox"/>
				Hospitalidad	<input checked="" type="checkbox"/>
Tercer Nivel	<input checked="" type="checkbox"/>	Cuarto Nivel	<input checked="" type="checkbox"/>	Atención al Cliente	<input checked="" type="checkbox"/>
				Guianza	<input checked="" type="checkbox"/>
Otro	texto	Sensibilización discapacidades	<input checked="" type="checkbox"/>	Otro	texto
				Inglés	<input checked="" type="checkbox"/>
				Alemán	<input checked="" type="checkbox"/>
				Francés	<input checked="" type="checkbox"/>
				Italiano	<input checked="" type="checkbox"/>
				Chino	<input checked="" type="checkbox"/>
				Otro	texto

Observaciones:

13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

En el entorno se puede apreciar distintas formaciones rocosas, así como también variedad de vegetación como helechos, pajonales, etc; tiene un entor- do de 5 m de altura.

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: Parra, Ramírez, 2022.

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: Google earth, 2022.

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)		
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre: Parra Dennis y Ramírez Jessica	Apellido y Nombre:	Apellido y Nombre:
Institución: Universidad Técnica de Cotacachi	Institución:	Institución:
Cargo: Estudiantes	Cargo:	Cargo:
Correo Electrónico: dennis.parra.6941@ute.cotacachi.edu.ec, jessica.ramirez.9636@ute.cotacachi.edu.ec	Correo Electrónico:	Correo Electrónico:
Teléfono: 0979923443, 0979656859	Teléfono:	Teléfono:
Firma: [Signatures]	Firma:	Firma:
Fecha: 11-11-2022	Fecha:	Fecha:

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

➤ Cueva Minus Uctu

Cueva Minus Uctu

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	10
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	0
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	9
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	7
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	10
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	7
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL		100	36

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Ficha 5

Cascada Cueva de los Tayos



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS								
Código del atractivo:	05	04	51	AN	04	04	02	005
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo
1. DATOS GENERALES								
1.1 Nombre del Atractivo Turístico								
Cascada Cueva de los Tayos								
1.2 Categoría			1.3 Tipo			1.4 Subtipo		
Atractivos Naturales			Rios			Cascada		
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO								
2.1 Provincia			2.2 Cantón			2.3 Parroquia		
Cotacachi			Pujilí			Angamarca		
2.4 Barrio, Sector o Comuna			2.5 Calle Principal		2.6 Número		2.7 Transversal	
Angamarca								
2.8 Latitud (grados decimales)			2.9 Longitud (grados decimales)			2.10 Altura (msnm)		
-1.092154			-78.944403			3800		
2.11 Información del administrador								
a. Tipo de Administrador: Público				b. Nombre de la Institución:				
c. Nombre del Administrador: Héctor Tipán y Victoria Tipán				d. Cargo que ocupa:				
e. Teléfono / Celular:				f. Correo Electrónico:				
Observaciones:								
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO								
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Clima: Frio			b. Temperatura(°C): 3 a 17°C			c. Precipitación Pluviométrica (mm): 525 a 2000		
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Cultura <input type="checkbox"/>			b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>			c. Aventura <input type="checkbox"/>		
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>								
a. Prístino <input type="checkbox"/>			b. Primitivo <input type="checkbox"/>		c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>		d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>	
e. Urbano <input type="checkbox"/>								
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención			
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		08:00	16:00	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Restringido <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Pagado <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>		f. Forma de Pago:			Efectivo <input type="checkbox"/>	Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>	Depósito Bancario <input type="checkbox"/>	Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>
e. Precio: Desde 0.00 Hasta 0.00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>	Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>				
g. Meses recomendables de visita:		Todo el año.						
Observaciones:								
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): Angamarca								
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: 10 km			c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 15 h/min		d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: -1.082050 Long.: -78.903401			
Observaciones:								
4.2 Vías de Acceso (M) <input type="checkbox"/>								
		Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado	
a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>		a. Primer orden <input type="checkbox"/>				Asfalto de piedra	Mal	
		b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>						



c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/>						Piedra	Mulo
Observaciones:							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida		Estado		Puerto / Muelle de Llegada	Estado
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida				Puerto / Muelle de Llegada	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida				Puerto / Muelle de Llegada	
Observaciones:							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input checked="" type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique					
Observaciones:							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Diaría	Semanal	Mensual	Eventual		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>							
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>				
Observaciones: <i>No cuenta con instalaciones para personas con discapacidad.</i>							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas



Hotel	<input type="checkbox"/>				Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	2		
Hostal	<input type="checkbox"/>				Hostal	<input type="checkbox"/>			
Hostería	<input type="checkbox"/>				Hostería	<input type="checkbox"/>			
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>				Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>			
Lodge	<input type="checkbox"/>				Lodge	<input type="checkbox"/>			
Resort	<input type="checkbox"/>				Resort	<input type="checkbox"/>			
Refugio	<input type="checkbox"/>				Refugio	<input type="checkbox"/>			
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>				Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>			
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>				Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input type="checkbox"/>				Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	3		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>				Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	1		
Bares	<input type="checkbox"/>				Bares	<input type="checkbox"/>			
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>				Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		
Mayoristas	<input type="checkbox"/>				Mayoristas	<input type="checkbox"/>			
Internacionales	<input type="checkbox"/>				Internacionales	<input type="checkbox"/>			
Operadoras	<input type="checkbox"/>				Operadoras	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura
<input type="checkbox"/>				Aventura	<input type="checkbox"/>				Aventura
Observaciones:					Observaciones:				
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>									
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)		
							B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	i-Tur	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de Interpretación	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input checked="" type="checkbox"/>	Senderos	<input checked="" type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	



Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>
Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Especifique:		Especifique:	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
Especifique:		h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
		j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>
		l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>
		n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
Especifique:		h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
		j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>
		l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>
		n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua: <input type="checkbox"/>	Especifique:	Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: Agua potable.
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: Servicio eléctrico.
Saneamiento: <input type="checkbox"/>		Saneamiento: <input type="checkbox"/>	



Especifique:		Especifique:						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input type="checkbox"/>						
Especifique:		Especifique:						
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento		<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>								
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad		Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>					
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>			Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>					
Dispensario médico <input type="checkbox"/>			Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>					
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>			Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>					
Otros <input type="checkbox"/>			Otros <input type="checkbox"/>					
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Detalle							
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>								



c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
d. Otra	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Telefonía (M) <input type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	
Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequia <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento:	
		Nombre del documento:	
		Año de elaboración: de	
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: 2016
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD 'S')?		SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alias Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input checked="" type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabelgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping <input checked="" type="checkbox"/>	k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input checked="" type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Observaciones:	
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>			



9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>			
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>	
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>	
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>	
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input type="checkbox"/>	
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	i. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>	
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)			
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:			
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>			
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL:		
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre:		
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre:		
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre:		
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre:		
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre:		
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre:		
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre:		
Observaciones:			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:			
Observaciones:			
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>			
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:
c. Temporalidad de visita al atractivo			
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique		Número de visitantes
Baja (meses) <input type="checkbox"/>			
d. Llegada de turistas			
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero
			Llegadas mensuales
			Total Anual
Ciudades de origen			Países de origen
Observaciones:			
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>			
Nombre del Informante Clave:		Contactos:	
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>	
Lunes a viernes	Fines de semana	Días feriados	Permanente <input type="checkbox"/> Estacional <input type="checkbox"/> Esporádica <input type="checkbox"/> Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones:			



12. RECURSO HUMANO				SI	NO	S/I
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/> 2			d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>			
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/>		
Primaria <input checked="" type="checkbox"/> 2	Secundaria <input type="checkbox"/> 0	Primeros Auxilios <input type="checkbox"/> 0	Hospitalidad <input checked="" type="checkbox"/> 1	Inglés <input type="checkbox"/> 0	Alemán <input type="checkbox"/> 0	
Tercer Nivel <input type="checkbox"/> 0	Cuarto Nivel <input type="checkbox"/> 0	Atención al Cliente <input type="checkbox"/> 0	Guianza <input type="checkbox"/> 0	Francés <input type="checkbox"/> 0	Italiano <input type="checkbox"/> 0	
Otro	Sensibilización de discapacidades <input type="checkbox"/> 0	Otro		Chino <input type="checkbox"/> 0	Otro	
Observaciones:						
13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)						
Tiene 30 m de altura, asimismo se forma una pequeña caverna, por medio de la cual atraviesan corrientes de agua.						
14. ANEXOS						
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)						
						
Fuente: Parra, Ramírez, 2022.						
c. Ubicación gráfica del Atractivo						
						
Fuente: Google earth, 2022.						
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)						
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:		
Apellido y Nombre: Parra Dennis y Ramírez Jessica		Apellido y Nombre:		Apellido y Nombre:		
Institución: Universidad Técnica de Cotacachi		Institución:		Institución:		
Cargo: Estudiante		Cargo:		Cargo:		
Correo Electrónico: dennis.parra6941@utcc.edu.ec, jessica.ramirez9636@utcc.edu.ec		Correo Electrónico:		Correo Electrónico:		
Teléfono: 0979 923743, 0978 656833		Teléfono:		Teléfono:		
Firma: [Signatures]		Firma:		Firma:		
Fecha: 11-11-2022		Fecha:		Fecha:		

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

➤ Cascada Cueva de los Tayos

Cascada Cueva de los Tayos

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	10
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	0
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	8
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	4
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	4
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	4
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL		100	30

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Ficha 6*Ficha del producto turístico*

FICHA DEL PRODUCTO			
Ficha N: 1			
Nombre del producto			
Ruta turística aventura, paisaje y cultura del cantón Pujilí.			
Ubicación			
Región: Sierra	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí	
Producto principal de venta-factor de diferenciación PPV			
Se destaca por la variedad de actividades turísticas como: escalada en roca, cabalgatas, cicloturismo y participar en el proceso de elaboración de artesanías.			
Definición del producto			
Nuevo producto turístico que se basa en conocer variedad de atractivos tanto naturales como culturales, específicamente de las parroquias Pujilí y Zumbahua, en donde se efectuará distintos tipos de turismo: de aventura (escalada en roca), ecuestre (cabalgatas), cicloturismo (en bicicleta), cultural (proceso de elaboración de artesanías), entre otras, satisfaciendo las necesidades de cada turista.			
Público objetivo según la búsqueda de experiencia			
Nicho (X)	Multitemático ()	Moda ()	
Tipo de mercado interno			
VN divertido ()	VN descanso y relax ()	VN conocedor (X)	
Tipo de mercado extranjero			
TE cultural (X)	TE de naturaleza (X)	TE de aventura (X)	
Perfil según estilo de vida			
Personalizado (a la medida) (X)	Equilibrados (bienestar) ()	Responsabilidad (Sostenibilidad) ()	
Conectados (tecnológicos) ()	Inclusivos (nichos: solteros, discapacitados, etc.) ()	Exclusivos (estatus) ()	
Época de visita			
La ruta turística estará disponible todo el año.			
Servicios en el centro de soporte más cercano			
Hoteles Si (X) No ()	Guías Si (X) No ()	Venta de artesanías Si (X) No ()	
Hostales Si (X) No ()	Albergues Si () No (X)	Oficinas de turismo Si () No (X)	
Restaurantes Si (X) No ()	Resorts Si () No (X)	Internet Si (X) No ()	
Distancia entre atractivos			
Desde	Hasta	Total tiempo (aprox.)	Total kms. (aprox.)
Día 1			
Santuario del Niño de Isinche	Mirador del Sinchaguasín	15 min	4 km
Mirador del Sinchaguasín	Hornados y Morcillas de Pujilí	3 min	1 km

Hornados y Morcillas de Pujilí	Lago Cusco	50 min	37 km
Lago Cusco	Galerías Artesanales de Tigua	10 min	3 km
Día 2			
Galerías Artesanales de Tigua	Complejo Montañoso Thzirimatzi	26 min	16 km
Complejo Montañoso Thzirimatzi	Laguna Cóndor Cocha	19 min	7 km
Laguna Cóndor Cocha	Mirador del Cañón Toachi	15 min	4 km
Mirador del Cañón Toachi	Galería Artesanal Quilotoa	12 min	3,3 km
Galería Artesanal Quilotoa	Corazón del Quilotoa	3 min	1 km

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Apéndice 4

Encuesta



Encuesta dirigida a los turistas



Saludos cordiales, somos estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales, Carrera de Licenciatura en Turismo, con el fin de identificar cuáles son los intereses que tienen los visitantes al acudir a la zona, solicitamos su colaboración llenando esta encuesta. Muchas gracias por su valioso tiempo.

1. Género:

Masculino

Femenino

2. ¿En qué rango de edad se encuentra?

Menos de 18 años

18 a 24 años

25 a 50 años

50 a 64 años

Más de 64 años

3. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

Latacunga

Salcedo

Quito

Saquisilí

Ambato

Otro.....

4. ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Ocio y recreación Estudio Investigación
 Trabajo Negocio Otro.....

5. ¿Quiénes conforman su grupo de viaje?

Solo Con pareja Familia
 Amigos

6. ¿Con que frecuencia visita al cantón Pujilí?

Todos los días Casi todos los días Ocasionalmente
 Primera vez Casi nunca

7. ¿Qué parroquia del cantón Pujilí visita más?

Pujilí Zumbahua La Victoria
 Guangaje Angamarca Pilaló
 El Tingo

8. ¿Cuántos días suele quedarse en la localidad?

1 día 2 días 3 días
 4 días Otro.....

9. ¿Qué tipos de atractivos le gusta conocer?

Natural Cultural Mixtos

10. ¿En qué tipo de Turismo incursiona?

Aventura Ecuestre Cicloturismo
 Gastronómico Ecoturismo Cultural
 Comunitario Agroturismo Otro.....

11. ¿Qué actividades realiza cuando visita un atractivo?

Caminatas Cabalgatas Cicloturismo

Escalada en roca Senderismo Avistamiento de flora y fauna
 Degustación de platos tradicionales Camping Montañismo
 Tomar fotografías Visita a talleres artísticos
 Participación en talleres artísticos Visita a talleres artesanales
 Participación en talleres artesanales Compra de artesanías Otro.....

12. ¿Qué tipo de prestadores de servicios turísticos consume al momento de visitar un atractivo?

Alimentación Hospedaje Guías turísticos
 Transporte Todos

13. ¿Aproximadamente, cuánto gasta al momento de visitar varios atractivos (incluido alimentación, hospedaje, transporte, guía y actividades)?

\$100-\$150 \$151-\$200 \$201-\$250
 \$251-\$300 \$301-\$350 Otro.....

➤ **Análisis e interpretación de resultados**

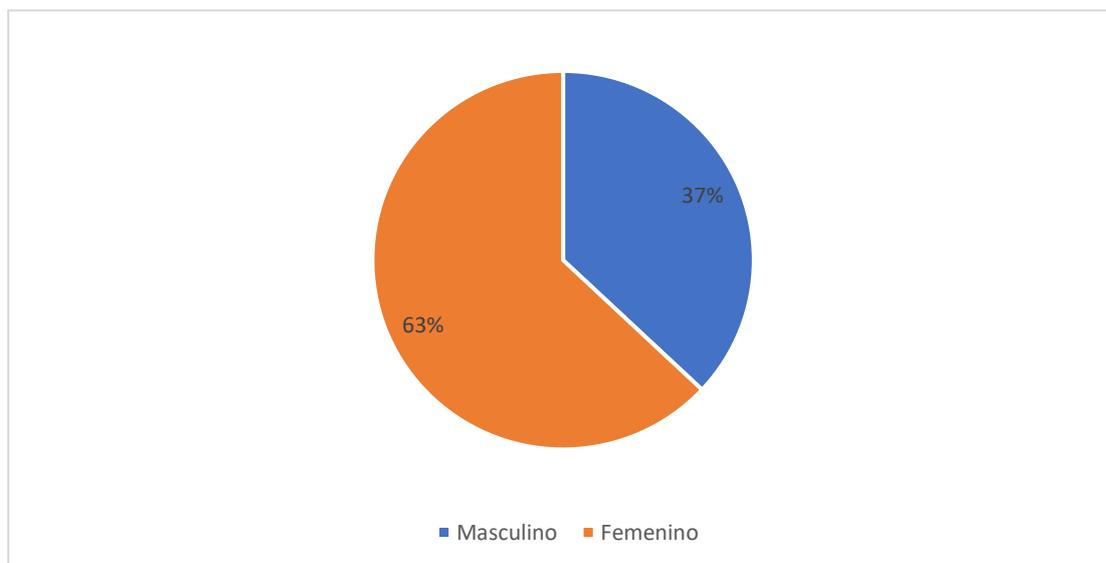
✓ **Tabulación de datos**

Tabla 53

Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	140	37%
Femenino	242	63%
Total	382	100%

Nota: La tabla muestra el género de los turistas que visitan el cantón Pujilí.

Figura 4*Género*

Nota: La figura muestra el género de los turistas que visitan el cantón Pujilí.

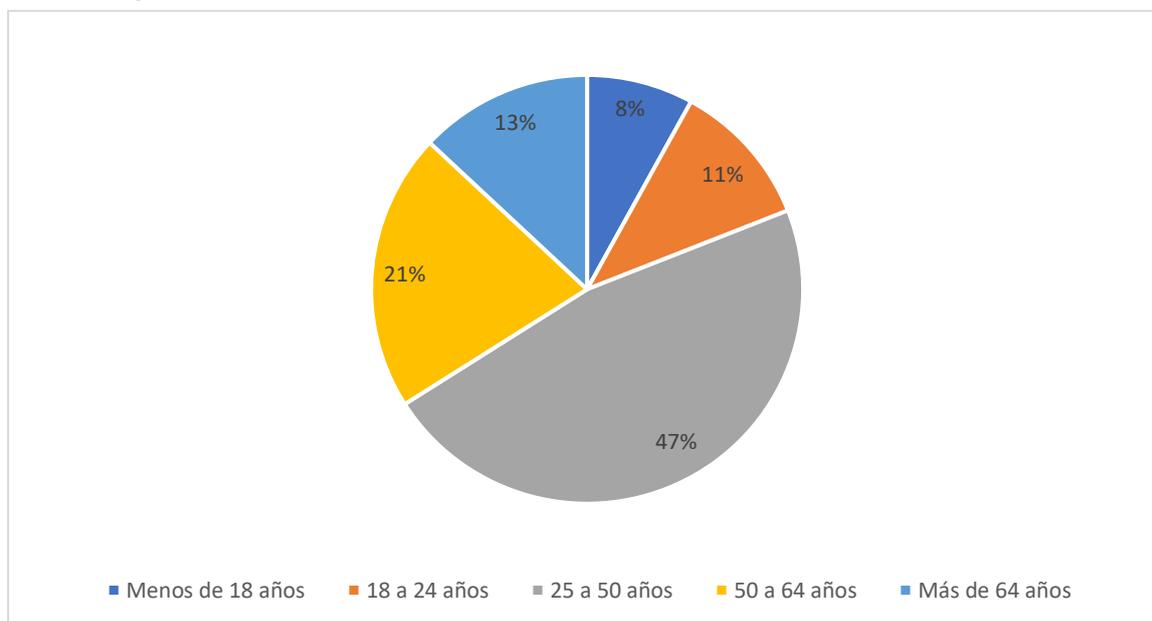
Análisis:

Del total de encuestados el 63% de turistas pertenecen al género femenino, mientras que el 37% al masculino.

Tabla 54*Rango de edad*

Rango de edad	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 18	30	8%
18 a 24 años	40	11%
25 a 50 años	180	47%
50 a 24 años	82	21%
Más de 64 años	50	13%
Total	382	100%

Nota: La tabla muestra el rango de edad de los turistas que visitan el cantón Pujilí.

Figura 5*Rango de edad*

Nota: La figura muestra el rango de edad de los turistas que visitan el cantón Pujilí.

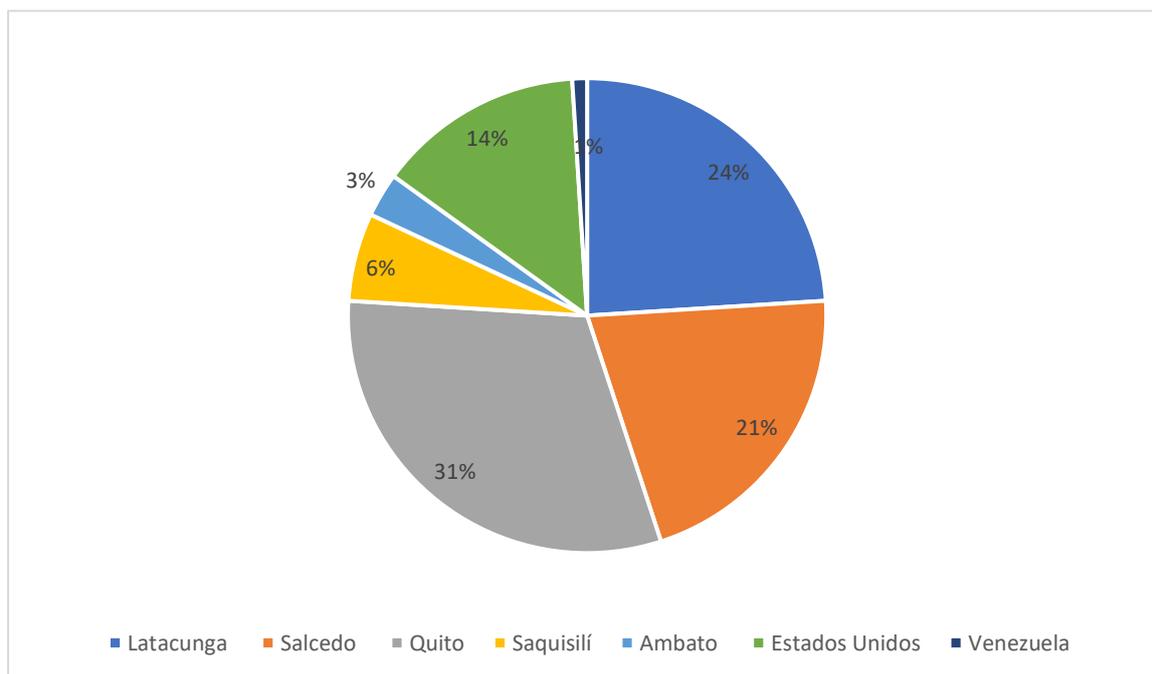
Análisis:

Del total de encuestas el 47% de turistas que visitan el cantón Pujilí corresponden a personas entre 25 a 50 años, el 21% de turistas tienen una edad 50 a 64 años, mientras que el 13% tienen una edad mayor a 64 años, con el 11% se encuentran los turistas entre los 18 a 24 años, finalmente solo un 8% de turistas son menores de 18 años.

Tabla 55*Lugar de procedencia*

Lugar de procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Latacunga	90	24%
Salcedo	80	21%
Quito	120	31%
Saquisilí	24	6%
Ambato	8	3%
Estados Unidos	55	14%
Venezuela	5	1%
Total	382	100%

Nota: La tabla muestra el lugar de procedencia de los turistas que visitan el cantón Pujilí.

Figura 6*Lugar de procedencia*

Nota: La figura muestra el lugar de procedencia de los turistas que visitan el cantón Pujilí.

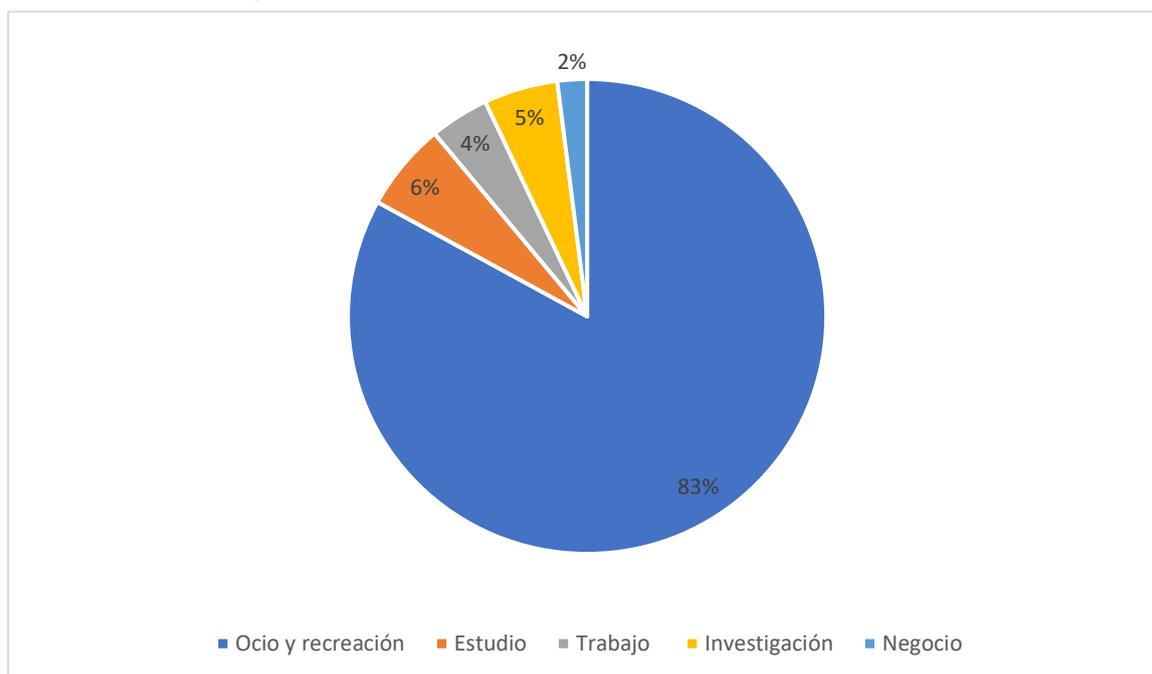
Análisis:

El 31% del total de turistas que visitan el cantón Pujilí son de Quito, el 24% pertenecen a Latacunga, el 21% a Salcedo, el 14% a Estados Unidos, el 6% a Saquisilí, el 3% a Ambato, finalmente el 1% a Venezuela.

Tabla 56*Motivo de viaje*

Motivo de viaje	Frecuencia	Porcentaje
Ocio y recreación	320	83%
Estudio	20	6%
Investigación	18	5%
Trabajo	15	4%
Negocio	7	2%
Total	382	100%

Nota: La tabla muestra el motivo de viaje por lo que los turistas viajan al cantón Pujilí.

Figura 7*Motivo de viaje*

Nota: La figura muestra el motivo de viaje por lo que los turistas viajan al cantón Pujilí.

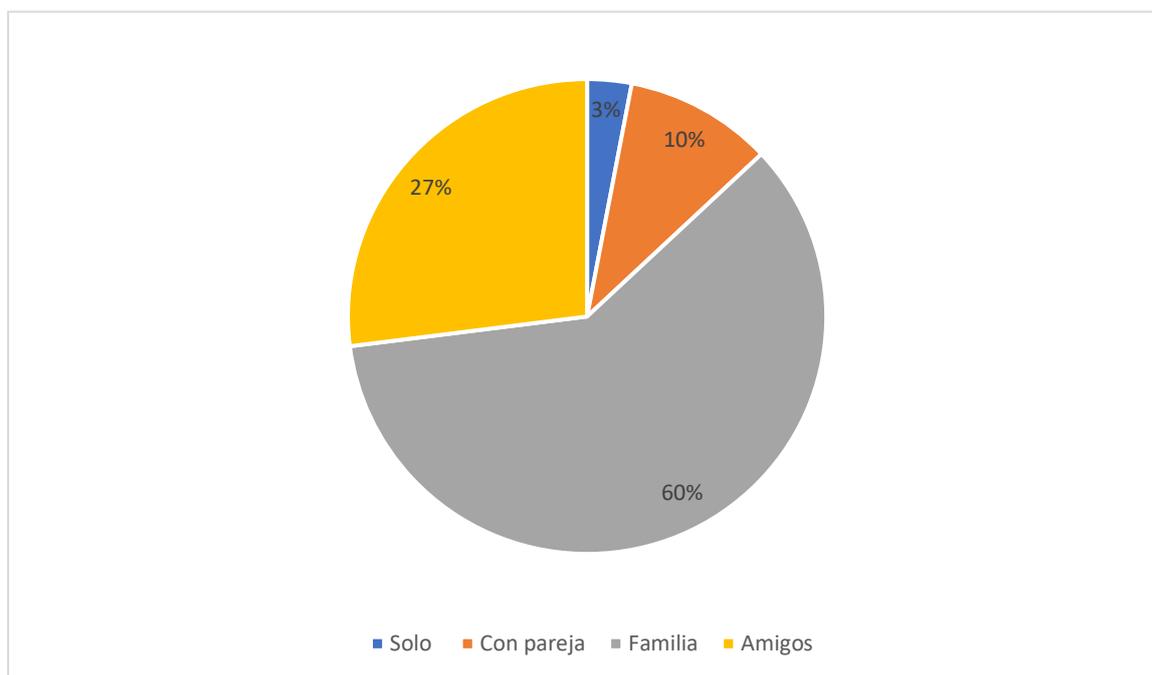
Análisis:

Con un 83% se muestra la razón por la cual los turistas viajan al cantón Pujilí siendo este por ocio y recreación, el 6% por estudio, el 5% por investigación, el 4% por trabajo y finalmente el 2% por negocio.

Tabla 57*Grupo de viaje*

Grupo de viaje	Frecuencia	Porcentaje
Solo	12	3%
Con pareja	40	10%
Familia	230	60%
Amigos	100	27%
Total	382	100%

Nota: La tabla muestra el grupo de viaje de los turistas que se trasladan al cantón Pujilí.

Figura 8*Grupo de viaje*

Nota: La figura muestra el grupo de viaje de los turistas que se trasladan al cantón Pujilí.

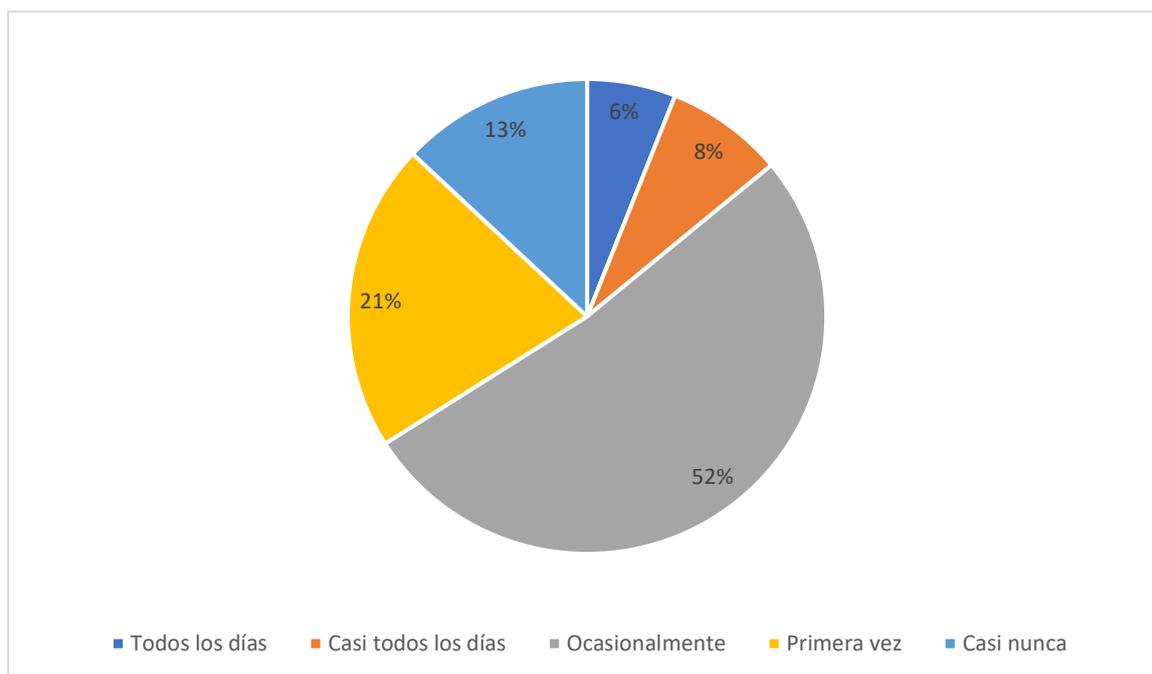
Análisis:

El 60% de total de turistas que se trasladan al cantón Pujilí viajan en grupos de familia, el 27% con amigos, y el 10% en pareja, finalmente solo el 3% lo hacen solos.

Tabla 58*Frecuencia de visita*

Frecuencia de visita	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	22	6%
Casi todos los días	30	8%
Ocasionalmente	200	52%
Primera vez	80	21%
Casi nunca	50	13%
Total	382	100%

Nota: La tabla muestra con qué frecuencia los turistas visitan al cantón Pujilí.

Figura 9*Frecuencia de visita*

Nota: La figura muestra con qué frecuencia los turistas visitan al cantón Pujilí.

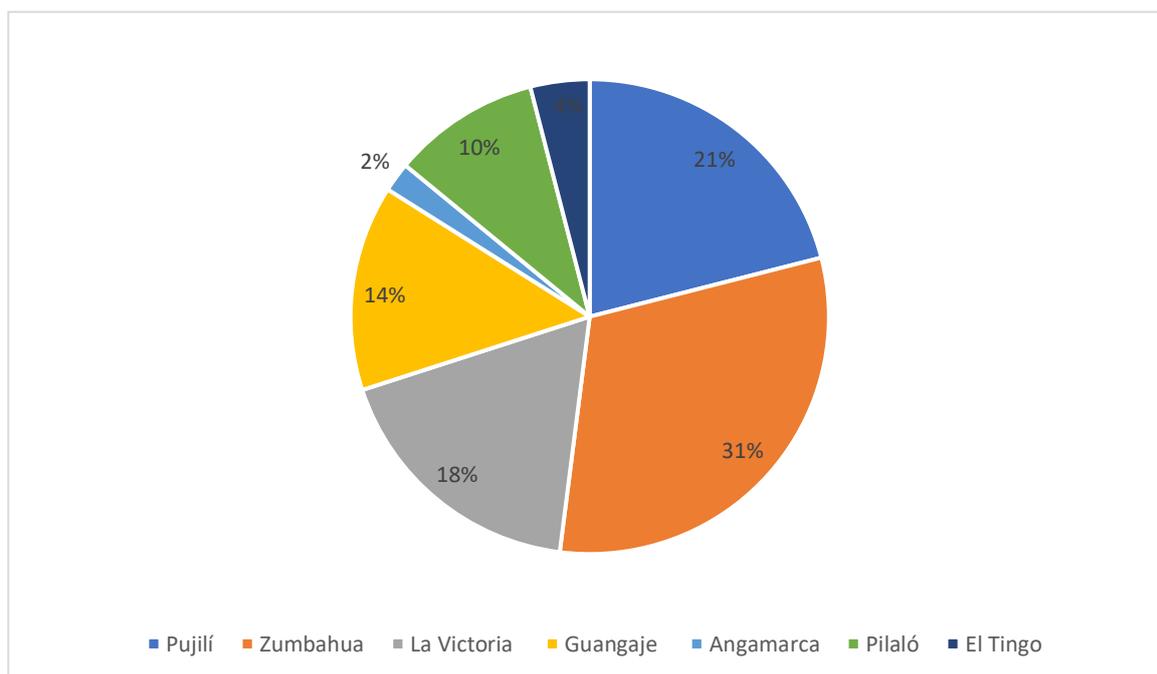
Análisis:

El 52% del total de turistas demuestra que ocasionalmente visitan el cantón Pujilí, el 21% muestra que primera vez, el 13% que casi nunca, el 8% casi todos los días y finalmente que el 6% todos los días.

Tabla 59*Parroquias más visitadas*

Parroquias más visitadas	Frecuencia	Porcentaje
Pujilí	80	21%
Zumbahua	120	31%
La Victoria	70	18%
Guangaje	50	14%
Angamarca	7	2%
Pilaló	40	10%
El Tingo	15	4%
Total	382	100%

Nota: La tabla muestra las parroquias más visitadas por los turistas en el cantón Pujilí.

Figura 10*Parroquias más visitadas*

Nota: La figura muestra las parroquias más visitadas por los turistas en el cantón Pujilí.

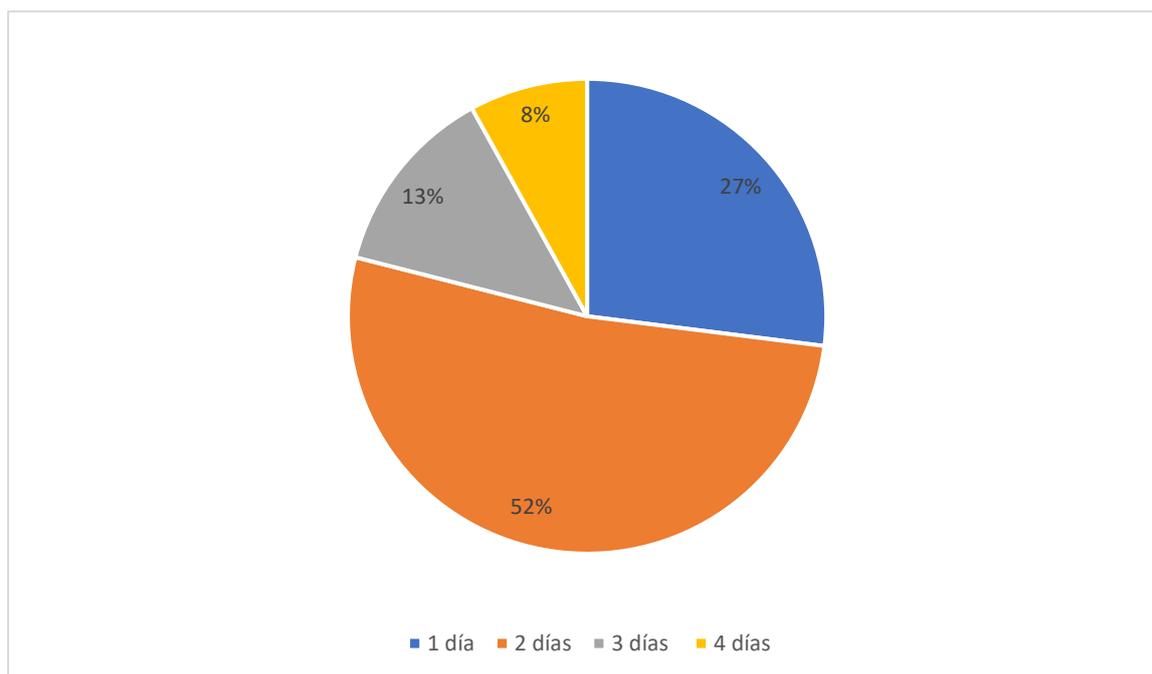
Análisis:

El total el 31 % demuestra que la parroquia más visitada es Zumbahua, con un 21% Pujilí, con un 18% La Victoria, con el 14% Guangaje, con el 10% Pilaló, el 4% El Tingo, y finalmente el 2% Angamarca.

Tabla 60*Días en la localidad*

Días en la localidad	Frecuencia	Porcentaje
1 día	100	27%
2 días	200	52%
3 días	50	13%
4 días	32	8%
Total	382	100%

Nota: La tabla muestra los días que los turistas se quedan en el cantón Pujilí.

Figura 11*Días en la localidad*

Nota: La figura muestra los días que los turistas se quedan en el cantón Pujilí.

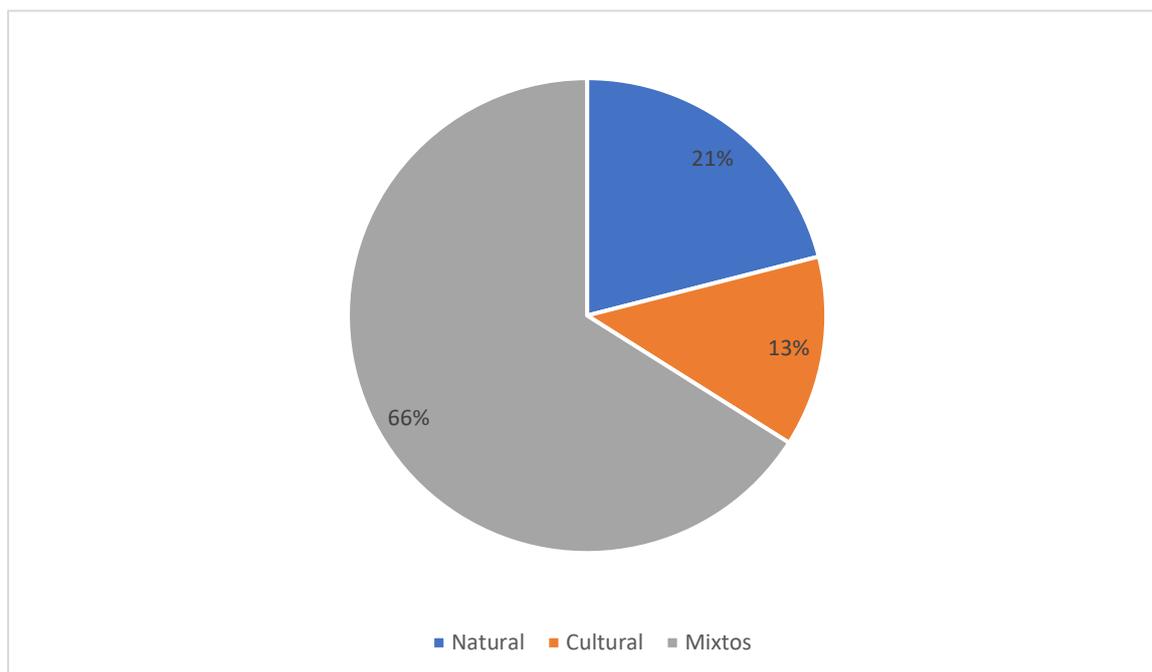
Análisis:

Con un 52% muestra que los turistas suelen quedarse en la localidad 2 días, mientras que el 27% se quedan 1 día, el 13 % 3 días, y con el 8 % 4 días.

Tabla 61*Atractivos*

Atractivos	Frecuencia	Porcentaje
Natural	82	21%
Cultural	50	13%
Mixtos	250	66%
Total	382	100%

Nota: La tabla muestra que tipos de atractivos les gusta conocer a los turistas en el cantón Pujilí.

Figura 12*Atractivos*

Nota: La figura muestra que tipos de atractivos les gusta conocer a los turistas en el cantón Pujilí.

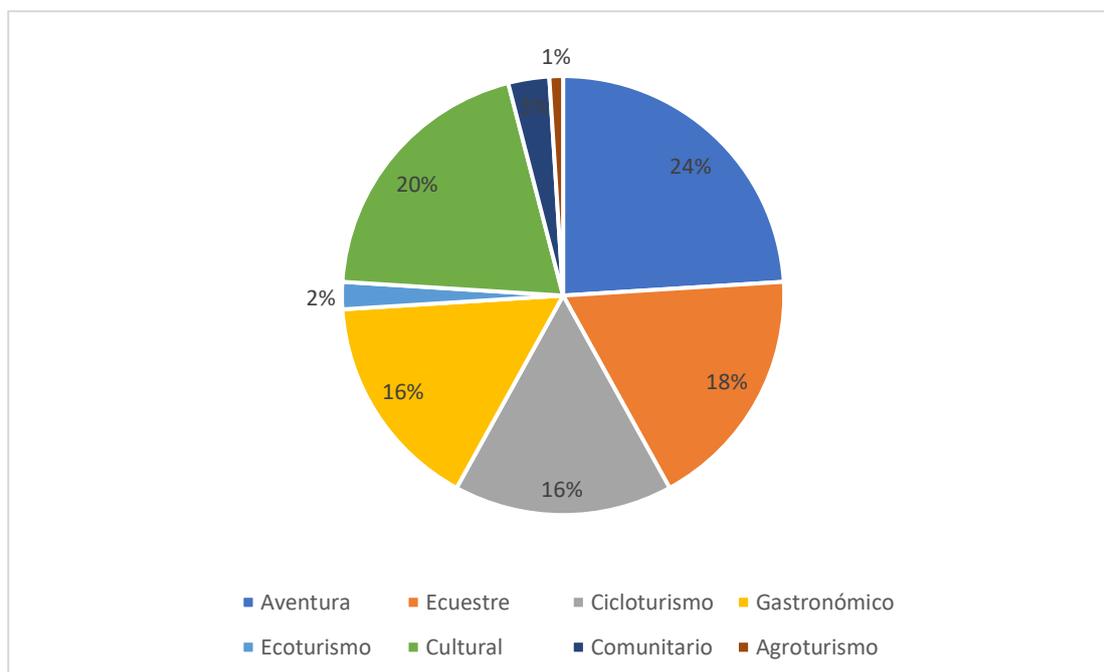
Análisis:

El 66% de turistas les gusta conocer los atractivos mixtos es decir tanto naturales como culturales del cantón Pujilí, el 21% los atractivos naturales y por último el 13% los atractivos culturales.

Tabla 62*Modalidad de turismo*

Modalidad de turismo	Frecuencia	Porcentaje
Aventura	90	24%
Equestre	70	18%
Cicloturismo	60	16%
Gastronómico	62	16%
Ecoturismo	7	2%
Cultural	78	20%
Comunitario	10	3%
Agroturismo	5	1%
Total	382	100%

Nota: La tabla muestra la modalidad de turismo que les gusta realizar a los turistas en el cantón Pujilí.

Figura 13*Modalidad de turismo*

Nota: La figura muestra la modalidad de turismo que les gusta realizar a los turistas en el cantón Pujilí.

Análisis:

El 24% de turistas les gusta realizar el turismo de aventura, seguido del cultural 20%, del ecuestre 18%, el 16% tanto el cicloturismo como el gastronómico, 3% el comunitario, 2% el ecoturismo y el 1% el agroturismo.

Tabla 63*Actividades que realizan en un atractivo*

Actividades que realizan en un atractivo	Frecuencia	Porcentaje
Caminatas	35	9%
Cabalgatas	50	14%
Cicloturismo	30	8%
Escalada en roca	55	15%
Senderismo	25	6%
Avistamiento de flora y fauna	15	4%
Degustación de platos tradicionales	20	5%
Camping	10	3%
Montañismo	15	4%
Tomar fotografías	30	8%
Visita a talleres artísticos	24	6%
Participación en talleres artísticos	20	5%
Visita a talleres artesanales	16	4%

Participación en talleres artesanales	20	5%
Compra de artesanías	17	4%
Total	382	100%

Nota: La tabla muestra las actividades que realizan los turistas al visitar un atractivo en el cantón Pujilí.

Figura 14

Actividades que realizan en un atractivo



Nota: La figura muestra las actividades que realizan los turistas al visitar un atractivo en el cantón Pujilí.

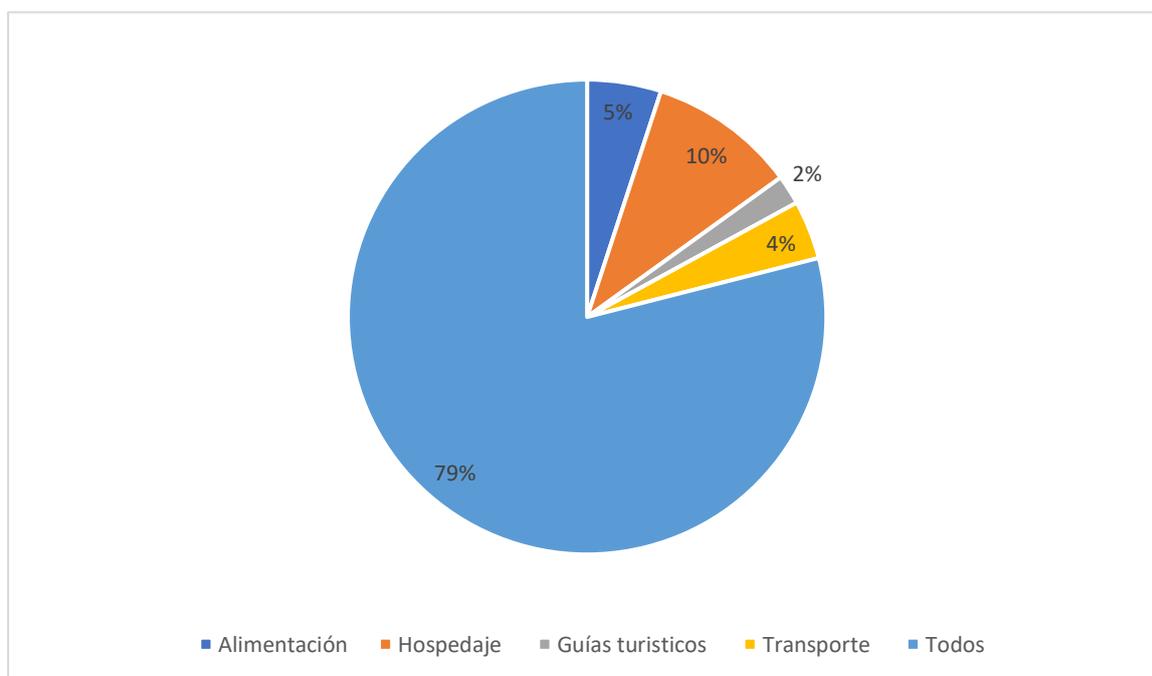
Análisis:

El 15% de turistas prefieren realizar escalada en roca, el 14% cabalgatas, 9% caminatas, 8% cicloturismo y tomar fotografías, 6% senderismo y visita a talleres artísticos, 5% degustación de platos tradicionales, participación en talleres artísticos y participación en talleres artesanales, 4% avistamiento de flora y fauna, montañismo, visita a talleres artesanales y compra de artesanías y 3% camping.

Tabla 64*Prestadores de servicios turísticos*

Prestadores de servicios turísticos	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	20	5%
Hospedaje	40	10%
Guías turísticos	7	2%
Transporte	15	4%
Todos	300	79%
Total	382	100%

Nota: La tabla muestra el tipo de prestadores de servicios turísticos que los turistas consumen al momento de visitar el cantón Pujilí.

Figura 15*Prestadores de servicios turísticos*

Nota: La figura muestra el tipo de prestadores de servicios turísticos que los turistas consumen al momento de visitar el cantón Pujilí.

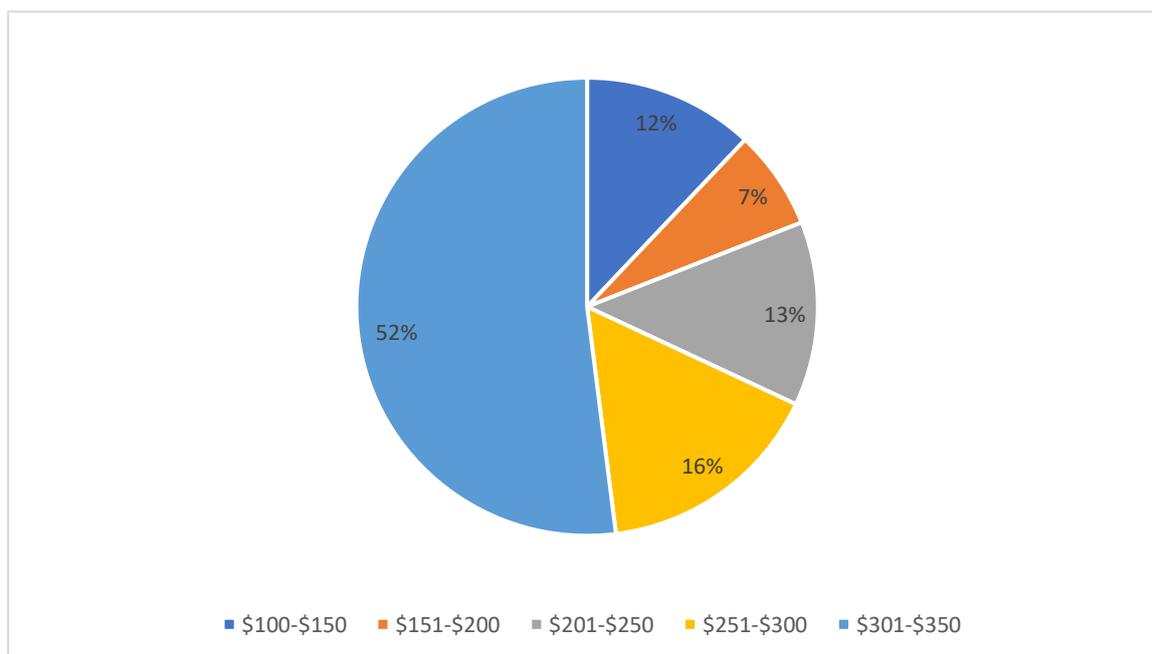
Análisis:

El 79% de turistas que visitan el cantón Pujilí consumen todos los servicios al momento de visitar el atractivo, el otro 10% hospedaje, 5% alimentación, 4% transporte y por último el 2% guías turísticos.

Tabla 65*Gastos*

Gastos	Frecuencia	Porcentaje
\$100-\$150	45	12%
\$151-\$200	27	7%
\$201-\$250	50	13%
\$251-\$300	60	16%
\$301-\$350	200	52%
Total	382	100%

Nota: La tabla muestra cuánto gasta el turista al momento de visitar distintos atractivos en el cantón Pujilí.

Figura 16*Gastos*

Nota: La figura muestra cuánto gasta el turista al momento de visitar distintos atractivos en el cantón Pujilí.

Análisis:

El 52% de turistas que visitan distintos atractivos en el cantón Pujilí gastan entre \$301-\$350, el 16% de \$251-\$300, el 13% \$201-\$250, el 12% \$100-\$150, y finalmente el 7% \$151-\$200.

Apéndice 5

Cuadros de proveedores de alimentos y bebidas, alojamiento y actividades

Cuadro 1

Restaurante Remembranzas

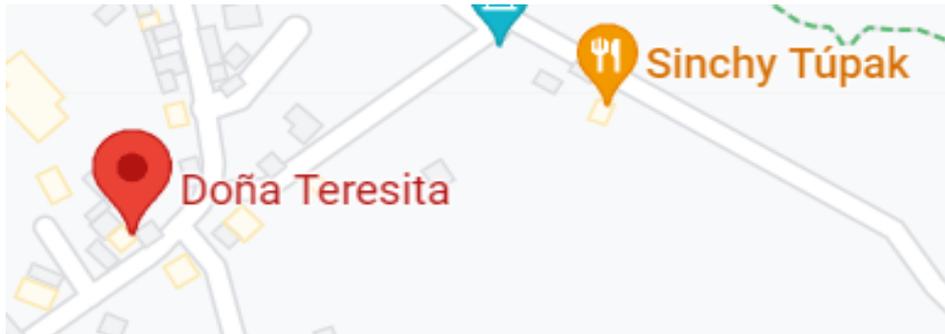
SERVICIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
Nº: 1
Nombre: Restaurante Remembranzas.
Representante legal: Byron David Ochoa Salazar.
<p>Dirección y referencias: Se ubica entre las calles Vicente Rocafuerte y Rafael Morales, frente al parque de Pujilí.</p>  <p><i>Fuente:</i> (Google Maps, 2023).</p>
Teléfono de contacto: 0960654098.
Equipamiento: Adecuado, con todos los papeles en regla y registrado en el catastro turístico.
Nº de mesas: 6.
Nº de comensales: Aforo máximo de 24 personas.
Carta: Platos típicos (morcillas, hornado, fritada, cuy, chaguarmishqui) y gaseosas.
Costo: Variado, va desde los \$3,00 en adelante.

Demanda concurrente	Público extranjero: Fines de semana.
	Público nacional: Entre semana.
Necesidades identificadas: N/A	

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Cuadro 2

Restaurante Doña Teresita

SERVICIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	
N°: 2	
Nombre: Restaurante Doña Teresita.	
Representante legal: Blanca Teresa Latacunga Jácome.	
Dirección y referencias: Se ubica en la vía Zumbahua.	
 <p><i>Fuente:</i> (Google Maps, 2023).</p>	
Teléfono de contacto: 0988830449.	
Equipamiento: Adecuado, con todos los papeles en regla y registrado en el catastro turístico.	
N° de mesas: 5.	
N° de comensales: Aforo máximo de 20 personas.	
Carta: Platos típicos (borrego, cuy, fritada), entradas (nachos con guacamole, pan de ajo), ensalada española, sopas (locro de papas, sopa de pollo), sandwiches (de pollo, de atún, mixto de jamón y queso), platos fuertes (tacos mexicanos de carne, de pollo y vegetarianos), jugos (piña, mora) y bebidas calientes (café, chocolate).	
Costo: Variado, va desde los \$2,75 en adelante.	

Demanda concurrente	Público extranjero: Fines de semana.
	Público nacional: Entre semana.
Necesidades identificadas: N/A	

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Cuadro 3

Restaurante Karu Ñan

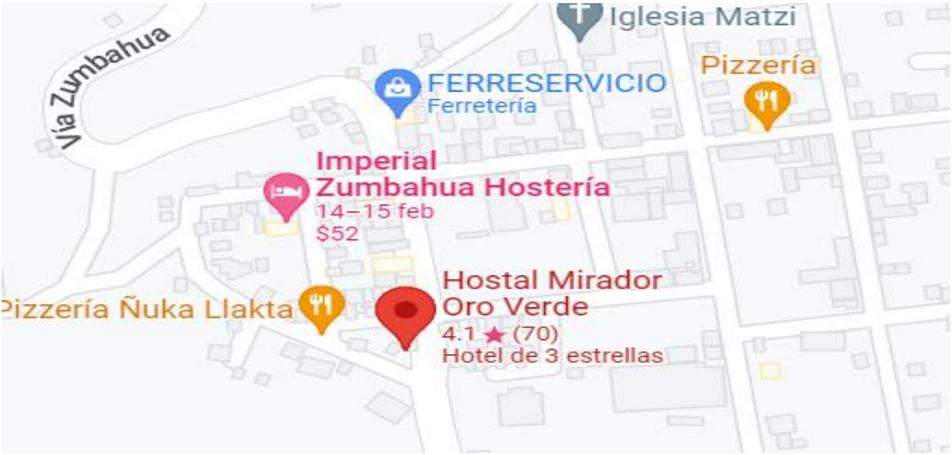
SERVICIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	
N°: 3	
Nombre: Restaurante Karu Ñan.	
Representante legal: José Agustín Pastuña Pastuña.	
Dirección y referencias: Se ubica en Quilotoa centro, a una cuadra de la casa comunal.	
	
<i>Fuente:</i> (GoogleMaps, 2023).	
Teléfono de contacto: 0939186098.	
Equipamiento: Adecuado, con todos los papeles en regla y registrado en el catastro turístico.	
N° de mesas: 8.	
N° de comensales: Aforo máximo de 32 personas.	
Carta: Almuerzos, sopas (locro de papas, quinua, caldo de gallina) platos fuertes (pollo o chuleta de res, churrasco, parrilladas, cuy, borrego, trucha al ajillo), chocho con habas y queso, sándwich mixto, jugos (piña, mora) y bebidas calientes (café, chocolate, café con leche, canelazo).	

Costo: Variado, va desde los \$2,50 en adelante.	
Demanda concurrente	Público extranjero: Fines de semana.
	Público nacional: Entre semana.
Necesidades identificadas: N/A	

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Cuadro 4

Hostal Mirador Oro Verde

SERVICIO DE ALOJAMIENTO
Nº: 1
Nombre: Hostal Mirador Oro Verde.
Representante legal: Darwin Danilo Rubio.
<p>Dirección y referencias: Se ubica en la avenida Zumbahua, en la calle Ángel María Umajinga.</p>  <p><i>Fuente:</i> (Google Maps, 2023).</p>
Teléfono de contacto: 0995980047.
Nº de camas: 41.
Nº de plazas: Aforo máximo de 41 personas.
Categoría: 2 estrellas.
Servicios complementarios: Incluye desayuno, baño privado, calefacción, internet inalámbrico, personal bilingüe, sala de juegos, estacionamiento.

Costo promedio: \$30 por persona.	
Demanda concurrente	Público extranjero: Fines de semana.
	Público nacional: Entre semana.
Necesidades identificadas: N/A	

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Cuadro 5

La Finca de mi Abuelito

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	
Nº: 1	
Actividad nombre: Cabalgatas	
Ubicación	
Región: Sierra	
Provincia: Cotopaxi	
Parroquia: Zumbahua	
Datos de interés sobre la actividad	
Persona o empresa que ofrece el servicio:	Empresa: La Finca de mi Abuelito
	Contacto: 0987429940
Costo:	Ya se encuentra incluido en el paquete (\$20 por día)
Características del servicio:	Montar en caballo, con su respectivo equipamiento (montura, espuelas, zamarro, poncho, sombrero, botas de cuero y cabresto).

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Cuadro 6*Cycling Store Pujilí*

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	
Nº: 2	
Actividad nombre: Cicloturismo	
Ubicación	
Región: Sierra	
Provincia: Cotopaxi	
Parroquia: Pujilí	
Datos de interés sobre la actividad	
Persona o empresa que ofrece el servicio:	Empresa: Cycling Store Pujilí
	Contacto: 0987017834
Costo:	Ya se encuentra incluido en el paquete (\$10 por día)
Características del servicio:	Montar en bicicleta, con su respectivo equipamiento (casco, canillera y guantes).

Nota. Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Cuadro 7*Lonely Summits*

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	
Nº: 3	
Actividad nombre: Senderismo y escalada.	
Ubicación	
Región: Sierra	

Provincia: Pichincha	
Parroquia: Machachi	
Datos de interés sobre la actividad	
Persona o empresa que ofrece el servicio:	Empresa: Lonely Summits
	Contacto: 0999807189
Costo:	Ya se encuentra incluido en el paquete (\$25 por día)
Características del servicio:	Equipamiento para senderismo (ropa térmica, bastón) y para la escalada en roca (casco, asegurados, fundas de magnesio, cuerda, arnés, mosquetón, pies de gato, cintas).

Nota: Elaborado por Dennis Parra y Jessica Ramírez.

Apéndice 6

Fotografías

Fotografía 21

Salidas de campo



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 22

Salidas de campo



Nota: Tomado por Dennis Parra.

Fotografía 23*Salidas de campo*

Nota: Tomado por Dennis Parra.

Fotografía 24*Salidas de campo*

Nota: Tomado por Dennis Parra.

Fotografía 25*Salidas de campo*

Nota: Tomado por Dennis Parra.

Fotografía 26*Salidas de campo*

Nota: Tomado por Mercedes Rivera.

Fotografía 27*Salidas de campo*

Nota: Tomado por Mercedes Rivera.

Fotografía 28*Salidas de campo*

Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 29

Salidas de campo



Nota: Tomado por Dennis Parra.

Fotografía 30

Salidas de campo



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 31

Salidas de campo



Nota: Tomado por Dennis Parra.

Fotografía 32

Salidas de campo



Nota: Tomado por Dennis Parra.

Fotografía 33

Salidas de campo



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 34

Salidas de campo



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 35

Salidas de campo



Nota: Tomado por Dennis Parra.

Fotografía 36

Salidas de campo



Nota: Tomado por Dennis Parra.

Fotografía 37

Salidas de campo



Nota: Tomado por Dennis Parra.

Fotografía 38

Salidas de campo



Nota: Tomado por Dennis Parra.

Fotografía 39

Salidas de campo



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 40

Salidas de campo



Nota: Tomado por Dennis Parra.

Fotografía 41

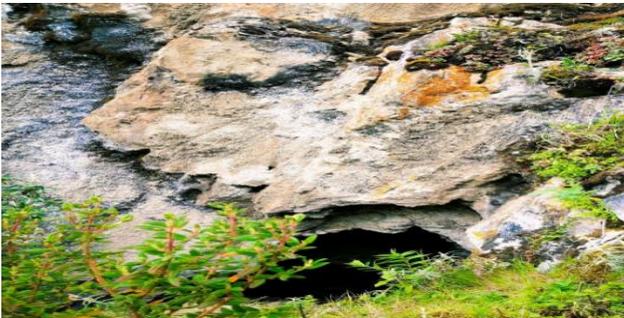
Salidas de campo



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 42

Salidas de campo



Nota: Tomado por Dennis Parra.

Fotografía 43

Salidas de campo



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 44

Salidas de campo



Nota: Tomado por Dennis Parra.

Fotografía 45

Salidas de campo



Nota: Tomado por Dennis Parra.

Fotografía 46

Salidas de campo



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 47

Encuesta



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 48

Encuesta



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 49

Encuesta



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 50

Encuesta



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 51

Encuesta



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 52

Encuesta



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 53

Encuesta



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 54

Encuesta



Nota: Tomado por Dennis Parra.

Fotografía 55

Encuesta



Nota: Tomado por Jessica Ramírez.

Fotografía 56

Focus group



Nota: Tomado por Mercedes Rivera.

Fotografía 57

Focus group



Nota: Tomado por Mercedes Rivera.