



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS

NATURALES

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

**“PRODUCTOS Y ATRACTIVOS TURISTICOS DE LA
PARROQUIA PASA CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE
TUNGURAHUA”**

Proyecto de investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciada en
Turismo

Autora:

Mantilla Martínez Cristina de los Ángeles

Tutora:

Andrade Ayala Andrea Isabel

LATACUNGA – ECUADOR

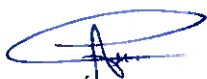
Febrero-2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Cristina de los Ángeles Mantilla Martínez, con cédula de ciudadanía 180547575-1, declaro ser autora del presente proyecto de investigación: “Productos y Atractivos Turísticos de la Parroquia Pasa, Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua”, siendo la ingeniera M.Sc. Andrea Andrade Ayala, Tutora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Latacunga, 16 de febrero de 2023



Cristina de los Ángeles Mantilla Martínez

Estudiante

C.C.:180547575-1



Ing. ~~Andrea~~ Andrea Andrade Ayala, M.Sc.

Docente Tutora

C.C.:171929146-8

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 Mantilla Martínez Cristina de los Ángeles, identificada con C.C. N° 180547575-1, de estado civil soltera y con domicilio en el cantón Ambato, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, el Dr. 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 **Licenciatura en Turismo**, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “**Productos y Atractivos Turísticos de la Parroquia Pasa, Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua**” la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad según las características que a continuación se detallan:

Historial académico.

Inicio de la carrera: Octubre 2018 – Marzo 2019

Finalización de la: Octubre 2022 – Marzo 2023

Aprobación Consejo Directivo: 30 de noviembre del 2022

Tutor. - Ing. Andrea Andrade Ayala, M.Sc.

Tema: “Productos y Atractivos Turísticos de la Parroquia Pasa, Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua”

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:

- 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 **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 solicite.
En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga., a los 16 días del mes de febrero del 2023.



Cristina de los Ángeles Mantilla Martínez

LA CEDENTE

Dr. Fabricio Tinajero Jiménez

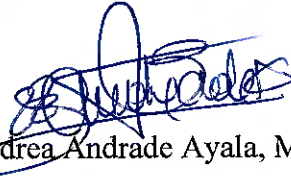
LA CESIONARIA

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

“Productos y Atractivos Turísticos de la Parroquia Pasa, Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua”, de Mantilla Martínez Cristina de los Ángeles, de la carrera 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, 16 de febrero del 2023



Ing. Andrea Andrade Ayala, M.Sc.

DOCENTE TUTOR

C.C.:171929146-8

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 emitidos por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales: por cuanto la postulante: Mantilla Martínez Cristina de los Ángeles, con el título de proyecto de investigación: “Productos y Atractivos Turísticos de la Parroquia Pasa, Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua”, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometida al acto de sustentación del trabajo de titulación.

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

Latacunga, 16 de febrero de 2023



Lector 1 (Presidenta)

Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza MSc.

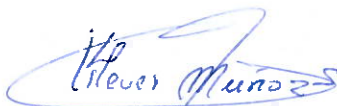
CC: 1722220868



Lector 2

Ing. Sara Alejandra Armijos Ango M.Sc.

CC: 1803993995



Lector 3 (Secretario)

Ing. Klever Muñoz Solís

CC: 0501397814

AGRADECIMIENTO

Agradecida con Dios por la oportunidad de vida, por guiarme, darme sabiduría y sobre todo cuidarme en todo momento.

A mis padres que han sido el pilar fundamental que con su apoyo han estado en los momentos más difíciles de mi vida.

A mi querido hermano mi sincero agradecimiento por su tiempo y conocimientos compartidos en el desarrollo de mi tesis que con su ejemplo para mí fue un modelo a seguir.

Muy profundo y sincero agradecimiento a mis profesores que con su guía y conocimientos me brindaron su apoyo, contribuyendo a mi desarrollo personal y profesional.

A la Ing. M.Sc. Andrea Andrade (Tutora) que con su conocimiento y aceptación ha facilitado la finalización de este trabajo de investigación.

Cristina de los Ángeles Mantilla Martínez

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primera instancia a Dios, por haberme permitido llegar hasta este momento tan importante, para el logro de mi sueño y meta profesional.

Este proyecto dedicó al ser más sublime mi madre que es mi mayor fuente de inspiración, su esfuerzo, y apoyo incondicional me ha permitido culminar una meta más en el trayecto de mi vida.

Cristina de los Ángeles Mantilla Martínez

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TÍTULO: “PRODUCTOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA PASA, CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

AUTORA: Mantilla Martínez Cristina de los Ángeles

RESUMEN

La provincia de Tungurahua, ha mostrado un importante crecimiento turístico, sin embargo, no todos los cantones y parroquias son de ese crecimiento y desarrollo; esto fue identificado en la parroquia Pasa, donde no existen inventario de los atractivos y productos turísticos, contando con una deficiente gestión y limitada promoción y difusión de los mismos. Por lo cual, el presente proyecto se enfoca en proponer estrategias en función de los recursos turísticos de la parroquia. Para conseguirlo, se realizó la revisión de fuentes primarias y secundarias como el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia, el catastro del Departamento de Cultura y Turismo, en la que se evidenció que existían 2 atractivos inventariados, por lo que fue necesario utilizar las fichas de inventario del MINTUR para realizar el inventario, obteniendo un total de 9 atractivos (5 naturales y 4 culturales), para el inventario de un producto turístico se utilizó el Manual de Planificación de Productos Turísticos PROMPERÚ, realizando el análisis del destino, la demanda y oferta, del producto existente que es la ruta turística “Vive y Siente Pasa un encanto por conocer”, que es un full day e incluye atractivos naturales y culturales de las comunidades más cercanos. Finalmente, se realizó un análisis FODA, que consta de un análisis de factores externos (MEFE), donde se determinó que existe afluencia de visitante, pero no se quedan en el destino, solo van por un día u horas, el análisis de los factores internos (MEFI) en que se destacan la realización de ferias de emprendimientos con productos de la localidad, y la existencia de un centro de información turística, que no cuenta con el personal para su óptimo funcionamiento. Se realizaron estrategias, y una valoración de las mismas, de las que se destaca el gestionar espacios turísticos con la finalidad de promocionar los atractivos y producto turístico, en las zonas urbanas más pobladas que permita la difusión del turismo en la parroquia y atraiga la presencia de más visitantes para el sector. Se puede concluir, que la parroquia cuenta con recursos y atractivos para desarrollar el turismo, aun así, tiene varias limitaciones; por lo que es importante que se realicen más estudios para definir nuevos productos y crear planes de marketing, promoción y difusión en otros escenarios que promuevan a la parroquia como un lugar para realizar actividades turísticas, de ocio y recreación.

Palabras Clave: Productos turísticos, atractivos turísticos, estrategias, difusión turística, promoción turística.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES

**THEME: PRODUCTS AND TOURIST ATTRACTIONS OF THE PARISH OF PASA,
CANTON OF AMBATO, PROVINCE OF TUNGURAHUA**

AUTHOR: Mantilla Martínez Cristina de los Ángeles

ABSTRACT

The province of Tungurahua has shown significant tourism growth, however, not all cantons and parishes are of this growth and development; this was identified in the parish of Pasa, where there is no inventory of tourist attractions and products, with poor management and limited promotion and dissemination of them. Therefore, this project focuses on proposing strategies based on the parish's tourism resources. To achieve this, a review of primary and secondary sources was carried out, such as the Development and Land Use Plan of the parish, the cadastre of the Department of Culture and Tourism, in which it was found that 2 attractions were inventoried, so it was necessary to use the inventory cards of the MINTUR to make the inventory, obtaining a total of 9 attractions (5 natural and 4 cultural), For the inventory of a tourism product, the PROMPERÚ Tourism Product Planning Manual was used to analyze the destination, the demand and supply of the existing product, which is the tourist route "Vive y Siente Pasa un encanto por conocer", which is a full day tour and includes natural and cultural attractions in the nearby communities. Finally, a SWOT analysis was conducted, consisting of an analysis of external factors (MEFE), where it was determined that there is an influx of visitors, but they do not stay at the destination, they only go for a day or hours, the analysis of internal factors (MEFI) which highlights the realization of fairs of enterprises with local products, and the existence of a tourist information center, which does not have the staff for optimal operation. Strategies and an evaluation of the same were carried out, highlighting the management of tourist spaces in order to promote the attractions and tourist products in the most populated urban areas that allow the spread of tourism in the parish and attract the presence of more visitors to the sector. It can be concluded that the parish has resources and attractions to develop tourism, even so, it has several limitations; therefore, it is important to conduct more studies to define new products and create marketing, promotion and dissemination plans in other scenarios that promote the parish as a place for tourism, leisure and recreation activities.

Key words: Tourism products, tourist attractions, strategies, tourism promotion, tourism promotion.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	¡Error! Marcador no definido.
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR	iii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO	viii
DEDICATORIA	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xix
ÍNDICE DE FIGURAS	xx
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	2
4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
5. OBJETIVOS:	5
5.1. General	5
5.2. Específicos	5
6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	6

7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	7
7.1. Fundamentación Legal	7
7.2. La Constitución de la República del Ecuador	7
7.3. Código Orgánico de Organización Territorial	8
7.4. Ley De Turismo	8
7.5. Turismo	10
7.6. Turismo en el Ecuador	11
7.7. Clasificación del turismo.....	12
7.7.1. Turismo cultural	12
7.7.2. Ecoturismo.....	12
7.7.3. Turismo de aventura	13
7.7.4. Turismo de salud	13
7.7.5. Turismo gastronómico.....	14
7.7.6. Turismo de montaña	14
7.7.7. Turismo de Naturaleza.....	15
7.8. Sistema Turístico.....	15
7.9. Demanda Turística	16
7.10. La Oferta Turística.....	16
7.11. Infraestructura.....	16
7.12. Superestructura	16
7.13. Planta Turística	17

7.14.	Recurso turístico	17
7.15.	Atractivo Turístico.....	18
7.16.	Producto Turístico	18
7.17.	Componentes del Producto Turístico	19
7.18.	Etapas en el Desarrollo de un Producto Turístico	20
7.19.	Posicionamiento de un Producto Turístico.....	21
7.20.	Planta Turística	21
7.21.	Operadores de Mercado.....	22
7.22.	Diagnóstico Turístico	22
7.23.	Actividades Turísticas	23
7.24.	Innovación Turística	23
7.25.	Promoción Turística	24
7.26.	Inventario de Atractivos Turísticos	24
8.	VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS.....	25
9.	METODOLOGÍA.....	26
9.1.	Inventario de Atractivos Turísticos	26
9.2.	Encuestas.....	27
9.3.	Ficha MINTUR	29
9.3.1.	Código del Atractivo	29
9.3.2.	Datos Generales	29
9.3.3.	Ubicación del Atractivo.....	29

9.3.4.	Características del Atractivo.....	30
9.3.5.	Accesibilidad y conectividad al atractivo	30
9.3.6.	Planta turística	31
9.3.7.	Facilidades en el entorno atractivo/Complementarios.....	32
9.3.8.	Estado de Conservación e integración atractivo / entorno	33
9.3.9.	Higiene y Seguridad Turística	35
9.3.10.	Políticas y regulaciones.....	36
9.3.11.	Actividades que se practican.....	36
9.3.12.	Actividades culturales	38
9.3.13.	Medios de Promoción del Atractivo	39
9.3.14.	Tipo de Visitante y Afluencia	40
9.3.15.	Recurso Humano.....	40
9.3.16.	Recurso Humano.....	41
9.3.17.	Anexos	41
9.4.	Inventario de Productos Turísticos.....	43
9.4.1.	Entrevista	43
9.5.	Muestra.....	43
9.5.1.	ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO	45
9.6.	Análisis de la demanda.....	45
9.7.	Análisis de la oferta.....	46
9.8.	Estrategias	48

9.9.	Matriz FODA	48
9.9.1.	MEFI.....	50
9.9.2.	MEFE.....	51
9.9.3.	Matriz EFI-EFE	52
9.10.	Matriz Cruzada	53
10.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	55
10.1.	Inventario.....	55
10.1.1.	Inventario Validado	55
10.1.2.	Criterios de valoración.....	58
10.1.3.	Jerarquización de atractivos turísticos actualizados	59
10.2.	Producto turístico.....	60
10.2.1.	Análisis del destino	60
10.2.2.	Límites	60
10.2.3.	Extensión y división política.....	60
10.2.4.	Población.....	61
10.2.5.	Clima y altitud.....	61
10.2.6.	Educación y Salud.....	61
10.2.7.	Fiestas y celebraciones.....	61
10.2.8.	Encuestas.....	63
10.3.	Análisis de la Demanda	66
10.3.1.	Perfil del Turista.	67

10.3.2.	Servicios turísticos	68
10.3.3.	Análisis de la oferta	68
10.4.	Inventario Producto turístico	70
10.5.	Análisis FODA	71
10.6.	Matriz MEFI.....	74
10.7.	Matriz MEFE.....	76
10.8.	Matriz EFE-EFI	77
10.9.	Matriz Estratégica Cruzada	78
10.9.1.	Análisis estratégico	80
10.9.2.	Resumen estratégico	82
10.9.3.	Presupuesto en función de las estrategias	83
11.	IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS)	83
11.1.	Impactos Técnicos	83
11.2.	Impactos Económicos.....	83
12.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	84
12.1.	Conclusiones.....	84
12.2.	Recomendaciones	84
13.	BIBLIOGRAFÍA.....	85
14.	APÉNDICES	90
	Apéndice 1. Aval de traducción del resumen al idioma ingles.....	90
	Apéndice 2. Hoja de vida del equipo de investigadores	91

Datos Informativos del Estudiante.....	92
Apéndice 3. Fichas Inventariadas	93
Apéndice 4. Encuesta.....	129
Apéndice 5. Evidencia Fotográfica de Salida de Campo.....	131
Apéndice 6. Ruta Turística a la Parroquia Pasa.....	140

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Beneficiarios directos.....	3
Tabla 2 Beneficiarios indirectos	3
Tabla 3 Sistematización de tareas	6
Tabla 4 Fuentes Primarias y Secundarias	27
Tabla 5 Factores Internos.....	51
Tabla 6 Factores externos clave	52
Tabla 7 Análisis estratégico	54
Tabla 8 Resumen estratégico	54
Tabla 9 Atractivos Inventariados	55
Tabla 10 Atractivos Turísticos.....	57
Tabla 11 Criterios de valoración.....	58
Tabla 12 Jerarquización de atractivos turísticos	59
Tabla 13 Factores Externos.....	73
Tabla 14 Factores internos clave.....	74
Tabla 15 Factores externos clave	76
Tabla 16 Matriz EFI-EFE	78
Tabla 17 Matriz Estratégica FODA	79
Tabla 18 Impactos de las Estrategias	80
Tabla 19 Resumen Estratégico.....	82
Tabla 20 Presupuesto	83
Tabla 21 Cronograma aplicación de Encuestas	130

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Modelo del Sistema Turístico.....	15
Figura 2 Desarrollo de un Producto Turístico	19
Figura 3 Procedimiento de inventario turístico.....	25
Figura 4 Formato de encuesta realizada	28
Figura 5 Código del Atractivo	29
Figura 6 Datos Generales.....	29
Figura 7 Ubicación del Atractivo.....	30
Figura 8 Características del Atractivo	30
Figura 9 Accesibilidad y conectividad al atractivo.....	31
Figura 10 Planta Turística.....	32
Figura 11 Facilidades en el entorno atractivo/complementarios	33
Figura 12 Estado de Conservación e integración atractivo / entorno	35
Figura 13 Higiene y Seguridad Turística	36
Figura 14 Políticas y Regulaciones.....	36
Figura 15 Actividades que se practican	38
Figura 16 Atractivos Culturales.....	38
Figura 17 Promoción y comercialización del atractivo	39
Figura 18 Tipo de Visitante y Afluencia	40
Figura 19 Recurso Humano	40
Figura 20 Descripción del Atractivo.....	41
Figura 21 Anexos.....	41
Figura 22 Ubicación del Atractivo/Fuente.....	42
Figura 23 Firma de Responsabilidad	42
Figura 24 Análisis del destino	45

Figura 25 Perfil del turista	46
Figura 26 Componentes de la oferta	47
Figura 27 Matriz FODA	49
Figura 28 Descripción MEFI	50
Figura 29 Descripción MEFE	51
Figura 30 Matriz EFE-EFI.....	53
Figura 31 FODA Cruzado.....	53
Figura 32 Mapa de ubicación política y geográfica de la parroquia.....	60
Figura 33 Atractivos turísticos que conoce de la parroquia Pasa	63
Figura 34 Atractivos turísticos importantes.....	64
Figura 35 Motivos por las que las personas visitan los atractivos turísticos	65
Figura 36 Comunidades que tienen más actividad turística	65
Figura 37 Desarrollo turístico de la parroquia Pasa.....	66
Figura 38 Análisis Matriz EFI-EFE.....	78
Figura 39 Edad.....	129
Figura 40 Género	129

INFORMACIÓN GENERAL

Título

Productos y Atractivos Turísticos de la Parroquia Pasa, Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.

Lugar de ejecución.

Provincia de Tungurahua, Cantón Ambato, Parroquia Pasa Zona 3.

Institución, unidad académica y carrera que auspicia

Universidad Técnica de Cotopaxi

Facultad Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

Carrera de Licenciatura en Turismo

Proyecto vinculado:

University Tourism Center

Nombres de equipo de investigadores (apéndice 2)

Tutora:

Ing. Andrea Andrade Ayala, M.Sc.

Teléfonos: 0984255539

Correo electrónico: andrea.andrade@utc.edu.ec

Cristina de los Ángeles Mantilla Martínez

Teléfonos: 0998930069

Correo electrónico: cristina.mantilla5751@utc.edu.ec

Área de Conocimiento

81.Servicios personales

Línea de investigación:

Línea: Planificación y Gestión del Turismo Sostenible

Sub línea: Análisis del turismo

1. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

En los últimos años se ha producido un aumento de la importancia económica del turismo, pero para presentar una imagen positiva de una nación y situar mejor los productos turísticos en la escala mundial, la promoción y la difusión son componentes esenciales. En los últimos cinco años, el turismo ecuatoriano ha avanzado hasta situarse al nivel de Sudamérica, pero aún existe un gran desconocimiento sobre el sector (Zúñiga, 2014).

La presente investigación tiene como finalidad identificar los productos y atractivos turísticos para actualizar el inventario en la parroquia Pasa debido a que no existe información actualizada de los mismo. Es importante destacar que la parroquia cuenta con atractivos naturales y culturales como son Cerros, Lagunas, Miradores, Museo, la Iglesia Patrimonial que son los más visitados y que se puede aprovechar para implementar nuevas rutas turísticas.

Esta investigación analiza el destino y situación actual de la zona, respecto a los prestadores de servicios turísticos lo que permite inventariar el producto turístico existente de acuerdo con los atractivos naturales y culturales que se relacionan con la infraestructura de la localidad proponiendo estrategias de difusión y promoción de los productos y atractivos turísticos de la parroquia Pasa mediante el análisis del FODA, las matrices MEFE-MEFI y Matriz Estratégica Cruzada para establecer técnicas adecuadas

La actualización de inventario del producto turístico contribuirá al programa de vinculación University Tourism Center de la Carrera, que permite plantear estrategias y al mismo tiempo se espera que esta investigación ayude al interés de la población y de entidades públicas o privadas en el desarrollo turístico.

2. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Los beneficiarios directos de esta investigación son los prestadores de servicios que se relacionan con el turismo, que ayudará a elegir un destino y el investigador del proyecto que deja en conocimiento a que personas está dirigido.

Por otra parte, los beneficiarios indirectos son 7106 habitantes de la parroquia Pasa y turistas que acuden a la localidad para satisfacer sus deseos, demandas y expectativas. De igual manera los 400 estudiantes de la carrera de turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi ya que podrían utilizar este estudio como referencia en futuros proyectos.

Es importante señalar que la actualización del inventario de los atractivos y productos turísticos de Pasa será en beneficio para la capacidad del sector de crear empleo y contribuir a elevar la calidad de vida de la población.

Tabla 1

Beneficiarios directos

BENEFICIARIO	DESCRIPCIÓN	N° DE ESTABLECIMIENTOS
DIRECTO	Alojamiento	4
	Alimentación y bebidas	8
	Ocio y recreación	2
TOTAL		12
Investigador del Proyecto		1

Nota. Fuente:(INEC, 2017), (PDOT, 2015)

Tabla 2

Beneficiarios indirectos

BENEFICIARIO	COMUNIDADES DE LA PARROQUIA PASA	HOMBRES	MUJERES	N° POBLACIÓN
INDIRECTOS	Comunidad Lirio	367	398	765
	Comunidad Pungoloma	432	468	900
	Comunidad Pucaucho	410	475	885
	Comunidad Mogato	659	714	1373
	Comunidad Chillipata	229	248	477
	Comunidad Llullalo	302	328	630
	Comunidad Castillo	435	470	905
	Comunidad Tilivi	410	445	855
	Comunidad Cuatro esquinas	421	457	878
	University Tourism Center	400 estudiantes de la carrera de turismo		
Turistas nacionales y extranjeros		300 – 600		1200

Nota. Fuente: (INEC, 2017), (PDOT, 2015)

3. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La industria del turismo crece constantemente, es por eso importante difundir y promocionar para el desarrollo del mismo, debido a que el país cuenta con atractivos turísticos que se debería aprovechar para el beneficio de la población generando puestos de trabajo y mejorar las condiciones de vida, con el objeto de que exista afluencia de turistas y retornen de manera continua al país.

Díaz Andagana (2020) en términos de superficie total, Ecuador es la nación con más páramos. Por encima de los páramos se encuentra el entorno del antiguo bosque andino, que ha sufrido importantes alteraciones.

Ecuador cuenta con una variedad de recursos naturales y culturales que ha beneficiado tanto a la antropología como a la etnografía en términos de riqueza cultural, gracias a su ventajosa ubicación geográfica, exhiben una amplia mezcla de etnias en la composición de su demografía. Es posible obtener una variedad de experiencias culturales con la combinación de la biodiversidad que ofrece cada una de sus regiones, y es posible compartirlas todas en un solo día.

El Ministerio de Turismo (2014), mediante su (CST) Cuenta Satélite de Turismo 1 emite que para el servicio de promoción turística se ha otorgado el 47,16% del consumo colectivo turístico, siendo un gasto turístico total de 3 637 107 \$ dólares.

El sector turístico ha registrado la llegada de turistas al país de 1,3 millones de extranjeros, mientras que alrededor 1,1 millones de turistas viajaron dentro de Ecuador, según han confirmado desde la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo. La intención es motivar a la ciudadanía a visitarlas y contribuir de esa manera al desarrollo económico de las ciudades (Expreso, 2023).

El cantón Ambato se ha consolidado como una ciudad emprendedora e innovadora tanto en el sector agrícola como en el sector industrial. Las parroquias de Pasa, San Fernando

y Constantino Fernández, entre otras, son zonas rurales donde existe una notable problemática en el sector turístico.

La parroquia Pasa tiene algunos atractivos impresionantes como granjas, montañas, lagunas y miradores naturales, uno de los atractivos más significativos de la parroquia es el Cerro Casahuala, que ofrece una vista panorámica de toda la ciudad de Ambato, sin embargo, tiene una deficiente gestión y limitada promoción y difusión.

El principal problema que impide el desarrollo de la actividad productos y atractivos turísticos, se origina por las insuficientes facilidades turísticas, poca difusión de productos turísticos, otra de las causas es que no existe un inventario actualizado de los atractivos y la falta de interés por los pobladores, debido que no tienen conocimiento en temas de turismo que permita proponer estrategias adecuadas para el crecimiento económico de la localidad. Por esta razón no existe afluencia de visitantes y turistas que logren con éxito un turismo local.

4. OBJETIVOS:

4.1.General

- Identificar productos y atractivos turísticos del cantón Ambato, Parroquia Pasa, mediante investigación bibliográfica y de campo.

4.2.Específicos

- Actualizar el inventario de los atractivos turísticos de la parroquia Pasa del cantón Ambato mediante la aplicación de la metodología del MINTUR, obteniendo una base de datos.
- Inventariar los productos turísticos de la parroquia Pasa del cantón Ambato, mediante la aplicación de la metodología propuesta, obteniendo una base de datos.
- Proponer estrategias de difusión y promoción de productos y atractivos turísticos previamente identificados.

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

Tabla 3

Sistematización de tareas

OBJETIVO	ACTIVIDADES	METODOLOGÍA	RESULTADO OBTENIDO
<p>Actualizar el inventario de los atractivos turísticos de la parroquia Pasa del cantón Ambato mediante la aplicación de la metodología del MINTUR, obteniendo una base de datos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión Bibliográfica • Levantamiento y Registro • Recopilación de información primaria y secundaria • Ponderación y Jerarquización • Diseño de encuesta y entrevista • Revisión del Catastro existente • Salida de campo 	<p>Fuentes primarias (catastro, PDOT) Secundarias (encuesta, entrevista)</p> <p>Inventario y jerarquización (Manual Metodología para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador.</p>	<p>Inventario actualizado de 9 atractivos turísticos</p>
<p>Actualizar el inventario de los productos turísticos de la parroquia Pasa del cantón Ambato, mediante la aplicación de la metodología propuesta, obteniendo una base de datos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del destino • Analizar la demanda. • Analizar la oferta. • Estimar tiempo de implementación requerido • Analizar las condiciones para la gestión del producto turístico • Análisis de resultados • Salida de Campo 	<p>Investigación diagnóstica. Método cualitativo Técnicas de la encuesta y entrevista. Inventario Metodología de Planificación de Productos Turísticos.</p>	<p>Listado y características de los Productos turísticos actualizados</p>
<p>Proponer estrategias de difusión y promoción de productos y atractivos turísticos previamente identificados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas • Analizar factores internos y externos • Análisis matriz estratégica 	<p>Investigación diagnóstica-exploratoria de método cualitativo mediante técnicas de las matrices FODA-MEFE-MEFI Y Estratégica Cruzada</p>	<p>Estrategias de difusión y promoción</p>

6. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

6.1. Fundamentación Legal

El análisis del respaldo legal para que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Pasa realice la gestión del turismo en la parroquia y un desarrollo industrial en su territorio basado en una serie de leyes, políticas, planes y reglamentos técnicos. Los principales temas para este proyecto de investigación son: Constitución Política de la República del Ecuador, Código Orgánico Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, Ley de Turismo.

6.2. La Constitución de la República del Ecuador

La Constitución (2008), establece el marco normativo fundamental que ampara los derechos y libertades, de organización del Estado y las instituciones democráticas e impulsa el desarrollo económico y social.

Las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos son titulares y gozarán de los derechos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales. La naturaleza será sujeto de aquellos derechos que le reconozca. Constitución (2008)

Se consideran los siguientes artículos 14, 21 y 24.- se reconoce que la población tiene derecho a vivir en un entorno seguro y ecológico que garantice la sostenibilidad en un entorno limpio y sano, libre de contaminación y en armonía con el medio ambiente. La población mantiene su propia identidad, el acceso al patrimonio cultural, a la historia, que permita estar en una o varias comunidades culturales. La sociedad tiene derecho al ocio, incluida la posibilidad de practicar deportes y disponer de tiempo libre. Constitución (2008)

Así mismo, en el artículo 57.- De conformidad con la Constitución y otros documentos internacionales de derechos humanos, se reconocerán y garantizarán a las comunas, comunidades, pueblos indígenas y nacionalidades los siguientes derechos colectivos:

En el numeral 8. nos menciona que hay que mantener y mejorar su entorno natural y las técnicas de gestión de la biodiversidad. Para mantener la preservación y el uso sostenible de la biodiversidad, el Estado debe desarrollar y llevar a cabo iniciativas con la participación de la comunidad. En el numeral 13. Se indica que se debe mantener, restaurar, salvaguardar, desarrollar y conservar su patrimonio cultural e histórico. El Estado proveerá los fondos necesarios para este fin.

También en el artículo 74.- El derecho a beneficiarse del medio ambiente y de los recursos naturales que les permiten vivir cómodamente debe extenderse a las personas, las comunidades, los pueblos y las nacionalidades.

La Constitución del Ecuador menciona en el artículo 83. establecer las obligaciones de los ecuatorianos de defender los derechos de la naturaleza, proteger un medio ambiente sano y hacer un uso racional y sostenible de los recursos naturales para las generaciones actuales y futuras. Constitución (2008)

6.3. Código Orgánico de Organización Territorial

Determina el COOTAD (2010), en el artículo 54.- se menciona en el literal g) que la colaboración con otros gobiernos autónomos descentralizados, promueven la inversión y el desarrollo económico, particularmente en la economía popular y solidaria, en sectores como agricultura, ganadería, artesanías y turismo, entre otros.

De acuerdo al artículo 135.- señala que todos los niveles gubernamentales pueden gestionar el turismo simultáneamente como actividad productiva.

6.4. Ley De Turismo

Por otro lado, es fundamental conocer a detalle la Ley de Turismo, que es la que se toma en consideración en este trabajo. La actividad turística se gestiona dentro de un marco legal que define su desarrollo, el cual incluye leyes y reglamentos que muestran el modo de gestión y manejo que tendrá la actividad. el Art. 1 en la ley se menciona en el ámbito legal la

correcta planificación de actividades turísticas, este artículo pretende tomar en cuenta distintas leyes, normativas y regulaciones, que en el Art. 3 menciona la intervención de las autoridades provinciales y cantonales en la promoción y el apoyo al crecimiento del turismo en un marco descentralizado. (Ley de Turismo, 2014).

En este medio, las buenas prácticas turísticas pueden citarse como una entidad de desarrollo viable para mantener prácticas turísticas sostenibles además de la promoción y el crecimiento del turismo. Art. 4, literal a) reconoce que el Estado debe impulsar las actividades desarrollando y promoviendo un producto turístico competitivo. La actividad turística está relacionada con la iniciativa privada y comunitaria o la autogestión. Literal g) Promover y estimular todas las formas de turismo, incluidos los viajes internos y sociales, así como la implementación de proyectos conjuntos, programas y servicios complementarios con organizaciones públicas y privadas, instituciones y grupos, incluidas las comunidades rurales e indígenas. Es fundamental hacer énfasis en la importancia de promover el turismo debido a que representa una oportunidad para el desarrollo local. (Ley de Turismo, 2014).

En cuanto al Art. 5 menciona lo siguiente: Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento
- b. Servicio de alimentos y bebidas
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo

En este artículo nos indica que las personas naturales o jurídicas pueden prestar diferentes servicios en el sector turístico. Así mismo, en el Art. 12 menciona que “Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación

en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos”(Ley de Turismo, 2014).

Por lo tanto, en el desarrollo del trabajo se aplicará el Reglamento General de la Ley de Turismo y el Manual de Atractivos Turísticos del Ecuador emitido por el "MINTUR", ya que estos documentos contienen información sobre los lineamientos a seguir para inventariar sitios y establecimientos, dado que existen diferentes servicios turísticos que van en aumento debido a la demanda generada por el turista, por lo tanto se busca que estos servicios sean de calidad en este caso particular de la oferta de ocio y recreación (Ley de Turismo, 2014).

6.5.Turismo

Autores como (Leiper, 1979) coinciden en que:

“Definir al turismo no es una tarea sencilla, pues el término ha venido evolucionando y adaptándose a los cambios que ha sufrido la actividad a lo largo de los años. A través de las definiciones podemos distinguir tres etapas del desarrollo del turismo, la primera durante la primera mitad del siglo XX donde el turismo empieza a ser estudiado como fenómeno social principalmente por la escuela alemana; la segunda, cuando surge el turismo de masas con el desarrollo de la aviación comercial después de la Segunda Guerra Mundial; y la tercera etapa, el turismo moderno con el nacimiento de la Organización Mundial de Turismo, en la década de los setentas, que influye en la alineación de las políticas turísticas nacionales y el reconocimiento de la importancia de su contribución en la economía.”

Según el autor antes mencionados coinciden que la definición de turismo ha avanzado y se acoplado a lo largo de los años lo mismo que se diferencia en tres períodos: el primero en el estudio como fenómeno social, el segundo con el surgimiento del turismo en el desarrollo de la aviación comercial y por último el turismo moderno con el apareamiento de la Organización Mundial de Turismo.

Para Moreno (2011), el turismo es una de las pocas actividades humanas que ha sido abordada desde diversas disciplinas (economía, ecología, psicología, geografía, sociología, historia, estadística, derecho y las ciencias políticas y administrativas.

Por ello, (Cárdenas, F., 2001), “Al referirse al turismo indica que es el conjunto de desplazamientos que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos.”

Para otros especialistas, como (Gurría, M, 2004), (Matute y Asanza., 2006) y (Ramírez, C., 2006), el turismo es un concepto impreciso, producto de su carácter interdisciplinario; sin embargo, admite múltiples definiciones y diversos matices, según el ámbito de trabajo y la época de que se formule el concepto.

De acuerdo Gurría, M (2004), el turismo son acciones humanas que se aplican en varias metodologías. Explica que el turismo es un vínculo que se liga a los movimientos políticos y sociales. El turismo tiene algunos conceptos de acuerdo a la función que desempeña y al tiempo propuesto.

El turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo define como acciones que realizan las personas cuando viajan a diferentes zonas por el propósito, sea de negocio u ocio.

6.6.Turismo en el Ecuador

El Turismo en el Ecuador ha crecido en los últimos años, desde el año 2014 se registra el 77,8% de llegadas de extranjeros al Ecuador que ha generado un importante movimiento comercial y turístico en el país.

Por otro lado, autores como Asociación de Ecuatoriana de Ecoturismo (2017), indican que el “turismo en áreas naturales con gestión comunitaria es una modalidad de turismo orientado hacia áreas con valores naturales y culturales excepcionales que, sobre la base de las

actividades recreacionales promueve y contribuye a la conservación del lugar, propicia la participación directa benéfica de las poblaciones locales y compromete a todos los involucrados a tomar las precauciones necesarias para minimizar impactos tanto ecológicos como culturales”.

El turismo es una industria económicamente próspera que crea dinero y puestos de trabajo y empleo; consiste en las actividades que realizan los turistas o visitantes cuando viajan y se alojan en diversos lugares. La demanda social de turismo está cambiando rápidamente a favor de opciones de viaje más responsables con el medio ambiente y con los habitantes locales, el entorno y su cultura (Asociación de Ecuatoriana de Ecoturismo, 2017).

6.7. Clasificación del turismo

Pérez & Villa (2019) menciona que el turismo se clasifica de acuerdo a la base del origen que proviene el turista, es imprescindible entender la evolución e integración de las empresas turísticas; además de considerar los que egresan o ingresan a un determinado territorio.

6.7.1. Turismo cultural

Ghanem (2017), menciona que es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/ productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico (pag30).

El turismo cultural se define como una realidad cultural donde los turistas descubren experiencias dentro de los productos y atractivos turísticos.

6.7.2. Ecoturismo

El ecoturismo se refiere Ghanem (2017) “es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local.”

Se relaciona el turismo con la ecología o el entorno natural con responsabilidad que conserve el medio ambiente y la biodiversidad de los lugares turísticos que es visitado continuamente. Es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés (Ghanem, 2017).

Se menciona que el turismo rural practica diferentes actividades dentro de la naturaleza, convivencias, cosmovisión y la historia de las culturas; relacionadas con productos turísticos para que personas locales y nacionales conozcan de estos sitios (Ghanem, 2017).

6.7.3. Turismo de aventura

Ghanem (2017) manifiesta que “El turismo de aventura es un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Por lo tanto, esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo”.

Las experiencias extremas como el alpinismo, el montañismo, el puenting, la escalada, el rafting, el paracaidismo, la navegación en kayak, canopy, kayak y otros, son considerados como turismo de aventura porque se realizan al aire libre, con particularidades geográficas debido a que son prácticas de movimiento físico con alto riesgo (Ghanem, 2017).

6.7.4. Turismo de salud

El turismo de salud cubre aquellos tipos de turismo que tienen como motivación primordial la contribución a la salud física, mental y/o espiritual gracias a actividades médicas y de bienestar que incrementan la capacidad de las personas para satisfacer sus propias necesidades y funcionar mejor como individuos en su entorno y en la sociedad. (Ghanem, 2017).

En continuidad con lo anterior, (Ghanem, 2017) señala que este turismo consiste en el bienestar de las personas que prefieren realizar actividades de salud, para mejorar su calidad de vida por medio de meditación, yoga y prácticas físicas que ayuden a que el cuerpo se mantenga sano y activo.

6.7.5. Turismo gastronómico

Bailón & Rojas (2017) la gastronomía se está convirtiendo en uno de los factores clave de atracción tanto para definir la competitividad de los destinos turísticos como para la promoción de los mismos. Esto sugiere, que el arte culinario de un pueblo o región puede ser el nexo que permita desarrollar el turismo, aun cuando dicho destino no posea otras características típicas de los destinos más visitados, pues la gastronomía por sí sola constituye un atractivo potencial, sin embargo, esta concepción determina que los destinos turísticos deben considerar la importancia de la comida como contribución a la experiencia única que el viajero quiere encontrar como parte de la expresión cultural del área geográfica que visita”.

El turismo gastronómico según los autores es de tipo culinario, que tiene como fin mostrar a los turistas la gastronomía de una región dando a conocer la preparación de sus exquisitos platos típicos (Ghanem, 2017).

6.7.6. Turismo de montaña

Ghanem (2017), el turismo de montaña es un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio geográfico definido y delimitado como son las colinas o montañas, con características y atributos inherentes a un determinado paisaje, una topografía, un clima, una biodiversidad (flora y fauna) y una comunidad local. Engloba un amplio espectro de actividades de ocio y deporte al aire libre.

Esta actividad turística se realiza en un espacio determinado, las personas que ejecutan este tipo de turismo tienen que tener experiencia en media y alta montaña al practicar senderismo, montañismo, camping y escalada (Ghanem, 2017).

6.7.7. Turismo de Naturaleza

El turismo de naturaleza supone una enorme oportunidad de contactar con las raíces naturales y saludables que las personas necesitan en los hábitats en los que conviven, y puede actuar de compensación ante la “comodidad” del hábitat urbano polucionado y su ritmo de vida estresante (Quintana, 2017).

6.8. Sistema Turístico

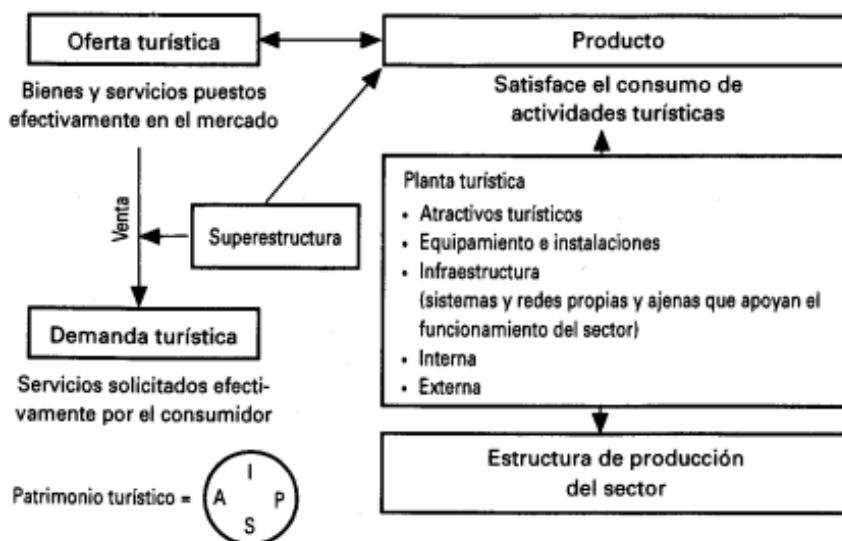
Según Boullón (2006) es toda la red de relaciones entre las excursiones de los turistas y los entornos que visitan se denomina sistema turístico. Entonces, de la interacción entre la oferta y la demanda nace la capacidad de funcionamiento del sistema.

Es importante pensar en el turismo es un sistema cuyas partes interactúan entre sí para producir la actividad turística.

La demanda, o los turistas que llegan con necesidades, expectativas, motivaciones y la necesidad de ser satisfechos con la máxima calidad, y la oferta, que consiste en las atracciones, el transporte, los servicios de alojamiento, otros servicios y las promociones que se producen en un destino turístico, son los dos componentes principales del sistema.

Figura 1

Modelo del Sistema Turístico



Nota. Tomado del Sistema Turístico, (Boullón, 2006)

6.9. Demanda Turística

Boullón (2006) define a la demanda turística que es la cantidad total de productos y servicios que desean los consumidores. Tiene en cuenta, tanto la cantidad de visitantes que entran en un destino como los ingresos que esos visitantes aportan al lugar. Por otro lado, los servicios que se prestan a los turistas a un precio determinado se denominan oferta turística. Los componentes de la planta turística y algunos artículos no turísticos prestan servicios que conforman la oferta turística.

6.10. La Oferta Turística

Para satisfacer sus necesidades, se ofrece a los turistas una gran variedad de bienes y servicios. Según la investigación económica, la oferta se refiere a la cantidad de bienes o servicios ofrecidos a los consumidores a un precio determinado y durante un periodo de tiempo específico (Boullón, 2006).

A su vez el autor lo denomina oferta turística al conjunto de bienes y servicios vinculados a una determinada zona geográfica y sociocultural que se ponen a disposición del público en general por tener un determinado valor o atractivo como destino turístico.

6.11. Infraestructura

Boullón (2006) se refiere, a la economía moderna se entiende por infraestructura a la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Forman parte de la misma, la educación, los servicios de salud, la vivienda, los transportes, las comunicaciones y la energía.

6.12. Superestructura

Menciona Boullón (2006) La superestructura turística comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples

y dispares servicios que componen el producto turístico. Entonces, la existencia de una superestructura poderosa y sobre todo eficiente, es mucho más importante de lo que habitualmente se piensa para que el sector turismo rinda en relación directa a la importancia de los atractivos y de la planta que se construyó para explotarlos.

6.13. Planta Turística

Según el sistema turístico de Boullón (2006), la planta turística es un subsistema de éste, el cual refiere a la estructura productiva del turismo, la cual a través de sus servicios y estructuras hace posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento de los atractivos y actividades de un lugar. Por sus características y funciones, se destacan dos elementos claramente identificables; el “equipamiento turístico” y las “instalaciones turísticas”.

Barbosa, M. (2007) “El conjunto de medios y actividades que facilitan la estancia y el bienestar del viajero, convergiendo en ella elementos tangibles e intangibles los cuales son, en su etapa final, de consumo interdependiente”

Según (Delgado Vargas, 2011). menciona que la planta turística es un elemento importante dentro del turismo ya que por medio de sus servicios se hace posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento de los atractivos. Entonces, para varios autores mencionados la planta turística el primer autor menciona que es un conjunto de servicios fundamentales y complementarios que atienden las necesidades de los visitantes.

Para (Quesada, R., 2010) es un componente del turismo que están regidos por organismos nacionales, internacionales que velan por la prestación de los servicios y su mejoramiento, de acuerdo a convenios establecidos a las categorías y líneas de negocio que ofrecen, entre otros, el hospedaje, alimentación, bebidas, ocio y recreación.

6.14. Recurso turístico

Los Recursos Turísticos son la base primordial del turismo. Así mismo, todo lo que involucra una atracción a los ojos del turista, como el relieve, clima, vegetación, agua, flora y

fauna, que son aspectos muy importantes dentro del turismo. Por lo tanto, se trata de recursos que no puede dejarse a una utilización incontrolada sin correr el riesgo de su degradación, incluso de su destrucción. La satisfacción de las necesidades turísticas no debe constituir una amenaza para los intereses sociales y económicos de las poblaciones, para el medio ambiente, especialmente para los recursos naturales, atracción esencial del turismo (Illescas, 2015).

6.15. Atractivo Turístico

MINTUR (2017), menciona que es el resultado de un registro valorado que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico. Es un elemento base para la gestión, planificación, ejecución y evaluación turística del territorio. Siendo así, que la definición de atractivos turísticos es un viaje a un lugar turístico concreto puede estar motivado por una combinación de factores naturales, culturales o artificiales y de recursos turísticos.

6.16. Producto Turístico

De acuerdo con el MINCETUR (2014), un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

Chaviano (2013) menciona que, producto turístico es el: “Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos turísticos, equipamientos e infraestructuras, servicios, actitudes recreativas, e imágenes y valores simbólicos que ofrecen determinados beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, para que satisfagan las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo de ocio”

El producto se identifica por un conjunto de elementos tangibles e intangibles en actividades determinadas en algunos sitios con beneficios que satisfagan las expectativas en tiempo de ocio y recreación.

Saravia & Muro (2016) “Los productos turísticos deben ser considerados, a la vez, oportunidades económicas y sociales, para lo que es necesario maximizar los efectos deseados y disminuir los indeseados que traen consigo. Estos factores están inmersos en destinos turísticos que no tienen solo entidad física, sino también sociocultural, y conforman un patrimonio que logra una representación mental para los posibles visitantes, quienes buscan experiencias que satisfagan sus expectativas”.

Figura

2

Desarrollo de un Producto Turístico



Nota. Tomado del Manual de Planificación de Productos Turísticos, (MINCETUR, 2014)

6.17. Componentes del Producto Turístico

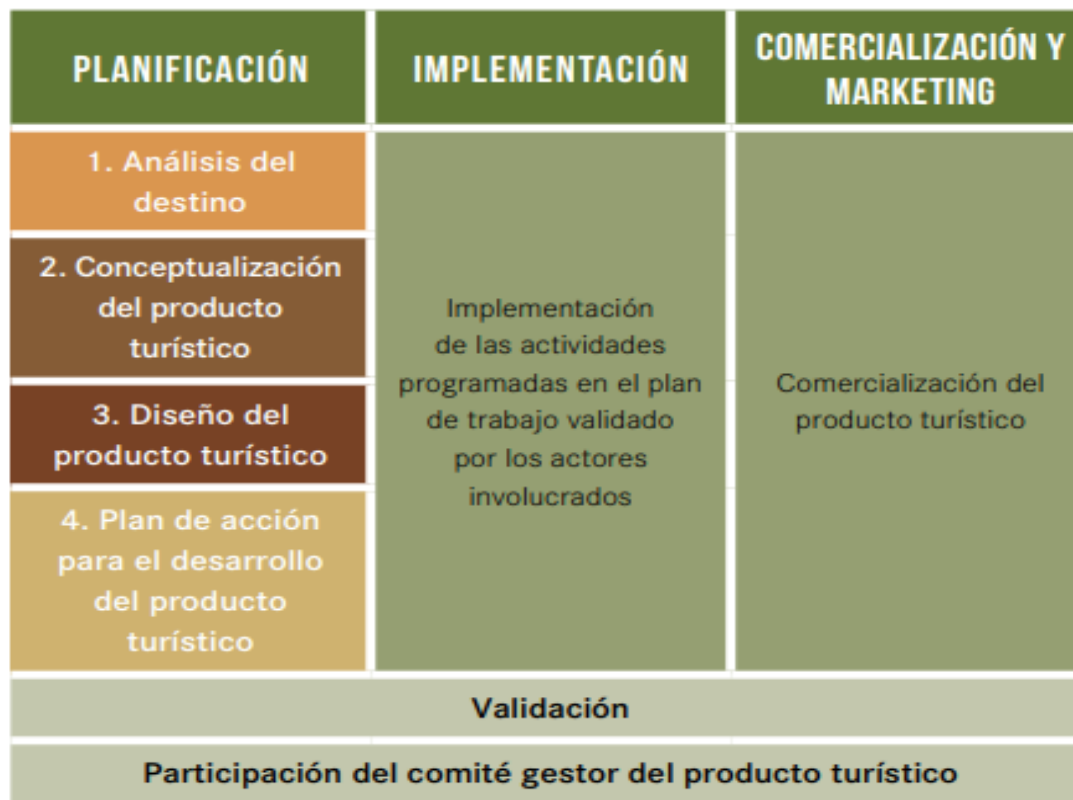
El producto turístico consta de tres partes:

Experiencial	Relacionado a la participación en festividades, eventos, actividades de esparcimiento, vínculo con las comunidades, calidad en el servicio, tranquilidad y seguridad.
Emocional	Factor humano y cultural, así como a la hospitalidad de los anfitriones del destino.
Material	Infraestructura, atractivos turísticos, instalaciones, planta turística.

Nota. Tomado del Manual de Planificación de Productos Turísticos, (MINCETUR, 2014)

6.18. Etapas en el Desarrollo de un Producto Turístico

Hay tres etapas distintas en el desarrollo de un producto turístico: planificación, implementación, comercialización y marketing.



Nota. Tomado del Manual de Planificación de Productos Turísticos, (MINCETUR, 2014)

La etapa de la planificación del producto turístico se inicia con cuatro pasos que son:

1. Análisis del destino.
2. Conceptualización del producto turístico.
3. Diseño del producto turístico.
4. Plan de acción para el desarrollo del producto turístico.

La ejecución adecuada de estos cuatro procesos es esencial, ya que sirven de eje para la creación de un producto turístico. En función de su utilización a lo largo del tiempo, cada elemento de este procedimiento se crea uno tras otro. En otras palabras, el crecimiento de uno de ellos crea y asegura los cimientos del siguiente. Las actividades planteadas en la fase de planificación se llevan a cabo durante la fase de ejecución. Consiste en poner en práctica las

acciones previamente pensadas y hacer realidad los actos previstos. La promoción del producto turístico se denomina etapa de marketing y comercialización. Es entonces cuando se da a conocer al turista lo creado durante la etapa de ejecución. Hacer realidad los planes es la base para pasar de la fase I a la fase II, y dar a los turistas la oportunidad de utilizar el producto turístico elaborado es la base para pasar de la fase II a la fase III (MINCETUR, 2014).

6.19. Posicionamiento de un Producto Turístico

Citado por Bravo et al. (2018) y KOTLER, P. (1997) determinan que el posicionamiento de un producto turístico, ocupa la mente del consumidor atendiendo a un número de atributos fundamentales, los cuales pueden ser tangibles o intangibles. El posicionamiento es un elemento clave que hace referencia a la imagen percibida, este ayuda a los destinos turísticos a lograr una ventaja competitiva sostenible.

Según los autores el posicionamiento es fundamental en cualquier estrategia de marketing, pero no debe limitarse a un único objetivo, debido a que estos pueden ser tangibles e intangibles, haciendo referencia a lo que se transmite al turista para su interés en los diferentes lugares turísticos.

6.20. Planta Turística

Barbosa, M. (2007) “El conjunto de medios y actividades que facilitan la estancia y el bienestar del viajero, convergiendo en ella elementos tangibles e intangibles los cuales son, en su etapa final, de consumo interdependiente”

Según (Delgado Vargas, 2011). menciona que la planta turística es un elemento importante dentro del turismo ya que por medio de sus servicios se hace posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento de los atractivos.

Para varios autores mencionados la planta turística el primer autor menciona que es un conjunto de servicios fundamentales y complementarios que atienden las necesidades de los visitantes. Para (Quesada, R., 2010) es un componente del turismo que están regidos por

organismos nacionales, internacionales que velan por la prestación de los servicios y su mejoramiento, de acuerdo a convenios establecidos a las categorías y líneas de negocio que ofrecen, entre otros, el hospedaje, alimentación, bebidas, ocio y recreación.

6.21. Operadores de Mercado

Martín & Palomeque (2002) “En turismo los operadores del mercado son aquellas empresas y organismos que participan en la actividad turística, generalmente en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la demanda turística) y el producto turístico”.

Es así que para los autores señalan que son empresas y grupos que intervienen en la relación entre la oferta y la demanda, algunas de estas empresas son al realizar viajes, intermediarios de transporte y organizaciones públicas y privadas que promocionan los viajes a través de su experiencia.

6.22. Diagnóstico Turístico

Ricaurte Quijano (2009) El Diagnóstico Turístico es la línea base o estado de situación actual que permite definir como se encuentra el destino turístico en la actualidad, se entiende como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turística en el destino. Las referencias del autor avalan que el diagnóstico turístico consiste en la recolección de información y análisis técnico de los seis elementos que permiten el funcionamiento turístico de un destino, así como de las condiciones del entorno que pueden influir en su dinámica.

Ricaurte (2009) afirma que el diagnóstico turístico tiene las siguientes tres funciones importantes. Describir el estado actual del turismo en una zona geográfica concreta, incluidas sus posibilidades y restricciones; los datos cuantitativos y cualitativos actualizados pueden utilizarse para respaldar propuestas, decisiones, iniciativas y estrategias de desarrollo. Para evaluar las diferencias entre la condición turística previa a la aplicación de las medidas o

estrategias de planificación y los resultados o planes de fomento del turismo se establece una línea de base.

6.23. Actividades Turísticas

Comprende aquellos actos que realizan las personas para que puedan acontecer hechos de carácter turístico – recreacional. Es la suma de todas aquellas empresas que invierten valiosos recursos para producir bienes y servicios en beneficios de comunidades anfitrionas (Bravo et al., 2018).

Al hablar de actividades turísticas el autor proporciona a los turistas la oportunidad de disfrutar de su tiempo libre y/o de sus días de vacaciones, así también conforman la oferta turística y abarcan una amplia gama de bienes, servicios y actividades en los que el visitante contribuye de forma activa y pasiva al desarrollo de la actividad turística.

Según autores las actividades turísticas aportan al ámbito económico dinamizando al turismo por medio de los servicios de alojamiento, alimentación y recreación ya sea de manera directa o indirecta.

6.24. Innovación Turística

Jacob & Aguiló (2008), la innovación turística es la introducción de un componente nuevo o perfeccionado que aporte ventajas materiales e inmateriales a los agentes del turismo y a la comunidad local, que mejore el valor de la experiencia turística y las competencias clave del sector turístico y que potencie. Por lo tanto, la competitividad turística o sostenibilidad.

La innovación turística puede aplicarse a destinos turísticos, tecnología, procesos, organizaciones y modelos de negocio, destrezas, arquitectura, servicios, herramientas o prácticas de gestión, marketing, comunicación, funcionamiento, aseguramiento de la calidad y fijación de precios.

Según Jacob & Aguiló (2008) es el inicio de un elemento nuevo o mejorado que ayuda a las ventajas materiales e inmateriales de turismo y de comunidad para mejorar la experiencia de las personas en el sector turístico por medio de la competitividad y sostenibilidad.

6.25. Promoción Turística

Castillo-Palacio & Castaño-Molina (2015) La promoción turística debe proporcionar a los consumidores el conocimiento de los atractivos y de la infraestructura existente diferenciando el destino de la competencia, inspirando confianza y credibilidad además de influir en la elección del destino y en el proceso de compra. Siendo así, que menciona como una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica.

Los autores establecen que la promoción turística tiene un amplio concepto que integra elementos que cumplen el desarrollo económico y favorecer al desplazamiento en la industria turística para un mayor crecimiento.

6.26. Inventario de Atractivos Turísticos

Para el (MINTUR, 2017) El inventario de atractivos, se concibe como un registro valorado de todos los atractivos que por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico nacional. Por lo tanto, como un instrumento dinámico de información integrada para respaldar la gestión por su capacidad de aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico. Entonces, el inventario de atractivos nacionales almacenado en una base de datos plana y en una base de datos geográfica constituye un insumo clave para alimentar al Sistema de Información Geográfica Turística orientado al análisis y planificación territorial turística.

Figura 3*Procedimiento de inventario turístico*

Nota. Tomado de la Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de espacios Turísticos del Ecuador.(MINTUR, 2017).

7. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS

- **¿Cuál es el estado actual de los atractivos turísticos de la parroquia Pasa?**

El estado actual de los 5 atractivos naturales no está en óptimas condiciones porque las vías de acceso se encuentran en mal estado, falta de transporte público, escasa señalética, inexistencia de senderos y están demasiado alejados; los 4 atractivos culturales se ven limitados en la promoción turística y no existe lugares donde puedan estacionar los vehículos.

- **¿Existen productos turísticos en la parroquia Pasa?**

En la actualidad si existe el producto turístico llamado “Vive y Siente Pasa un encanto por conocer” que es una ruta turística donde se recorre varios de los atractivos turísticos la Iglesia de Pasa, los Murales, las Casas Patrimoniales, el Museo Etnográfico y el Cerro Casahuala que lo realizan los días jueves, viernes, sábado y domingo en los

horarios de 09h00 -11h00 y 13h00pm este producto consta de transporte guianza y alimentación; el tiempo de duración es de 4 a 6 horas está vinculado para visitantes que les guste el turismo cultural y de naturaleza.

- **¿Cuáles son los mejores mecanismos para la promoción de los atractivos y productos turísticos de la parroquia?**

Contar con personal especializado en guías locales.

Tener permanentemente abierto de lunes a domingo el centro de información turística.

Aplicación de un programa móvil para ofertar los productos y atractivos turísticos.

Tener una página oficial de turismo de la parroquia para difundir información y promocionar el destino turístico.

8. METODOLOGÍA

Objetivo 1: Actualizar el inventario de los atractivos turísticos de la parroquia Pasa del cantón Ambato mediante la aplicación de la metodología del MINTUR, obteniendo una base de datos.

8.1. Inventario de Atractivos Turísticos

El método que se utilizará para cumplir el primer objetivo es transversal-cualitativo debido a que se analizará, registrará y actualizará el inventario de los atractivos turísticos mediante la investigación diagnóstica, la misma que generará información primaria y secundaria de la parroquia Pasa, después se procederá a realizar una revisión bibliográfica de artículos científicos, revistas y tesis en temas a fines al proyecto para fundamentar la investigación.

En el trabajo de campo se empleará como técnica de investigación a la encuesta mediante la herramienta de un cuestionario y a la entrevista mediante una guía de preguntas

dirigidas a diferentes actores como: habitantes o comunidad anfitriona, visitantes y autoridades del GAD de la parroquia rural de Pasa, pertenecientes al cantón Ambato, al mismo tiempo se registrará información en las fichas del MINTUR 2017, logrando como resultado una base de datos que ayudará a que los turistas conozcan las características de los diferentes atractivos que posee la parroquia y puedan visitarlos.

Tabla 4

Fuentes Primarias y Secundarias

Fuente Primaria		Fuente Secundaria	
Fuente	Instrumento	Fuente	Instrumento
Población Local	Encuesta	Dirección De Cultura Y Turismo	Catastro
Autoridades Gad Parroquial	Entrevista	Inec	Revisión Bibliográfica

8.2. Encuestas

Barrutia Montoya (2017) señala, la técnica de encuesta se apoya en recoger información importante por medio de un grupo de preguntas anteriormente hechas, en funcionalidad a las variables fundamento de análisis.

Se aplicó un instrumento de recolección de datos como es la encuesta con 5 preguntas de respuestas múltiples que se realizó a 40 visitantes locales, y a 160 personas en las 9 comunidades de la parroquia Pasa. Estas encuestas estuvieron dirigidas a personas de la comunidad, a propietarios de establecimientos de alimentación, alojamiento y personas que habitan en los alrededores de los atractivos turísticos.

Figura 4

Formato de encuesta realizada

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES
CARRERA DE TURISMO

La presente encuesta tiene la finalidad de conocer la percepción de los pobladores de la parroquia Pasa sobre sus atractivos turísticos.

Lea detenidamente y marque con una X en la respuesta que elija

Edad:

Menos de 18 <input type="checkbox"/>	18 - 35 <input type="checkbox"/>
36 - 65 <input type="checkbox"/>	Más de 65 <input type="checkbox"/>

Género:

Femenino <input type="checkbox"/>	Masculino <input type="checkbox"/>
-----------------------------------	------------------------------------

1. Marque con una X ¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos de la parroquia Pasa conoce?

Iglesia Patrimonial <input type="checkbox"/>	Cerro Casahuala <input type="checkbox"/>
Museo Etnográfico <input type="checkbox"/>	Laguna de Siquibulo <input type="checkbox"/>
Casas Patrimoniales <input type="checkbox"/>	Bosque Polylepys <input type="checkbox"/>
Talleres de camisas <input type="checkbox"/>	Cerro Ilillagua <input type="checkbox"/>
Laguna de Larcapamba <input type="checkbox"/>	Otro.....

2. Seleccione con una X. ¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos considera usted que es el más importante de la Parroquia Pasa?

Iglesia Patrimonial <input type="checkbox"/>	Cerro Casahuala <input type="checkbox"/>
Museo Etnográfico <input type="checkbox"/>	Laguna de Siquibulo <input type="checkbox"/>
Casas Patrimoniales <input type="checkbox"/>	Bosque Polylepys <input type="checkbox"/>
Talleres de camisas <input type="checkbox"/>	Cerro Ilillagua <input type="checkbox"/>
Laguna de Larcapamba <input type="checkbox"/>	

3. Marque con una X. ¿Por qué cree usted que el sitio elegido es el más importante de la parroquia Pasa?

Por la llegada de turistas <input type="checkbox"/>	Por su ubicación y viabilidad <input type="checkbox"/>
Por su gastronomía <input type="checkbox"/>	Por su infraestructura <input type="checkbox"/>
Por su cultura <input type="checkbox"/>	Otro.....

4. Seleccione con una X, para usted ¿Cuál de las comunidades que existen en la Parroquia Pasa es la que tiene más actividades turísticas?

Lirio <input type="checkbox"/>	Mogato <input type="checkbox"/>	Castillo <input type="checkbox"/>
Langujin <input type="checkbox"/>	Llullalo <input type="checkbox"/>	Tilivi <input type="checkbox"/>
Pucaucho <input type="checkbox"/>	Chillipata <input type="checkbox"/>	Cuatro Esquinas <input type="checkbox"/>

5. Marque con una X. ¿Cuál de estas posibles razones considera usted que afecta al desarrollo turístico de la parroquia Pasa?

Falta de publicidad <input type="checkbox"/>
Vías de acceso en mal estado <input type="checkbox"/>
Falta de transporte público <input type="checkbox"/>
Ubicación de atractivos <input type="checkbox"/>

Gracias por su colaboración

8.3.Ficha MINTUR

MINTUR (2017), se trata de un modelo intersectorial de crecimiento turístico que contempla una serie de medidas sistemáticas para la creación de una oferta turística que garantice la viabilidad a largo plazo de las localidades. A continuación, se detalla cada sección de la Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos:

8.3.1. Código del Atractivo

Tiene 17 caracteres alfanuméricos que se diferencian entre las fichas. Los tres últimos dígitos se crean automáticamente al final de reconocer los datos de los atractivos.

Figura 5

Código del Atractivo

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																
Código del atractivo:																
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo								

Nota. Fuente: (MINTUR, 2017)

8.3.2. Datos Generales

En esta sección colocamos datos generales del atractivo turístico como, por ejemplo: nombre, categoría, tipo y subtipo del Atractivo Turístico.

Figura 6

Datos Generales

1. DATOS GENERALES		
1.1 Nombre del Atractivo Turístico		
1.2 Categoría	1.3 Tipo	1.4 Subtipo

Nota. Fuente: (MINTUR, 2017)

8.3.3. Ubicación del Atractivo

En esta sección colocamos todo lo referente al lugar donde se encuentra el atractivo turístico como, por ejemplo: la provincia, el cantón, la parroquia y su ubicación territorial.

Figura 7

Ubicación del Atractivo

2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO			
2.1 Provincia	2.2 Cantón	2.3 Parroquia	
2.4 Barrio, Sector o Comuna	2.5 Calle Principal	2.6 Número	2.7 Transversal
2.8 Latitud (grados decimales)	2.9 Longitud (grados decimales)	2.10 Altura (msnm)	

Nota. Fuente: (MINTUR, 2017)

8.3.4. Características del Atractivo

En el momento que nos encontramos en el atractivo turístico de acuerdo a las coordenadas se puede comprobar que características climáticas tiene el lugar en ese instante.

Figura 8

Características del Atractivo

3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO							
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>							
a. Clima:		b. Temperatura(°C):		c. Precipitación Pluviométrica (mm):			
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>							
a. Cultura <input type="checkbox"/>		b. Naturaleza <input 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 type="checkbox"/>	
e. Urbano <input type="checkbox"/>							
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input 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"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
Restringido <input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
Pagado <input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
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:							
Observaciones:							

Nota. Fuente: (MINTUR, 2017)

8.3.5. Accesibilidad y conectividad al atractivo

En este punto se indica las vías de acceso al atractivo turístico, adicionalmente si existe

el medio de transporte para acceder al mismo; se observa el poblado aledaño más cercano al sitio, es decir que haya una localidad urbana que cuente con todos los servicios.

Figura 9

Accesibilidad y conectividad al atractivo

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):										texto					
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		0	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:00	h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	0	Long.:	0		
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"/>		0		0		0		texto					
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto					
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto					
Observaciones:															
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>		Marítimo <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Estado		Puerto / Muelle de Llegada		texto		Estado	
		Lacustre <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto			
		Fluvial <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto			
Observaciones:															
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>				Internacional: <input type="checkbox"/>									
Observaciones:															

Nota. Fuente: (MINTUR, 2017)

8.3.6. Planta turística

Son todos los recursos y productos que se ofrecen a los turistas; comprende el equipamiento e infraestructuras, etc. Esto se puede ver en la población más cercana, como es:

El Alojamiento: Son aquellas entidades reguladas en el reglamento de alojamiento turístico vigente, en esta sección se debe colocar el número de habitaciones y plazas de los establecimientos cercanos al atractivo.

Alimentos y bebidas: Son los establecimientos dedicados a la preparación y venta de alimentos. En este casillero deberán colocarse el número de mesas y plazas (capacidad efectiva) de los establecimientos cercanos al atractivo.

Agencias de viaje: Se refiere a las Agencias de Viaje (Operadoras de Turismo).

Intermediación: Mediante las agencias de servicios turísticos y organizadores de eventos, congresos, convenciones, etc.

Transporte o movilización interno: Se aplicará si existe algún tipo de transporte y si brindan el servicio de guías, es decir si disponen de una persona calificada que les brinde un tour informativo y entretenido durante su permanencia en el lugar visitado.

Figura 10

Planta Turística

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS								SI	NO	S/I	
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 type="checkbox"/>	Establecimientos os registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						

Nota. Fuente: (MINTUR, 2017)

8.3.7. Facilidades en el entorno atractivo/Complementarios

Para su mejor entendimiento es el espacio turístico de mejoramiento y apoyo que se puede evidenciar mediante la infraestructura y el equipamiento, a fin de fortalecer la experiencia turística y disminuir el impacto ambiental negativo.

Complementarios: Se debe seleccionar y llenar la información en caso de que el atractivo turístico cuente con servicios complementarios.

Figura 11

Facilidades en el entorno atractivo/complementarios

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"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<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"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<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: texto					Especifique: texto			
Observaciones:								

Nota. Fuente: (MINTUR, 2017)

8.3.8. Estado de Conservación e integración atractivo / entorno

Es una acción que se toma continuamente, para conservar en buen estado los atractivos turísticos y su entorno, con la finalidad de que estos lugares continúen existiendo en el futuro, y tener claro si los cambios son naturales o provocados en el ambiente.

Estos son algunos estados de conservación:

Atractivo Conservado. - esto significa que ha pasado por procesos de cambios por parte del hombre para que no se deteriore.

Atractivo Alterado. - indica que habido cambios en la mayoría de atractivos ya sean naturales o por acciones del hombre.

En proceso de deterioro. - es cuando se modifican o alteran sus características físicas originales y de acuerdo al grado de alteración puede llegar a ser reversible o irreversible.

Deteriorado. - son aquellos atractivos que están visiblemente dañados y destruidos.

Factores de Deterioro

Son todas las fuentes naturales, ambientales, humanas y contaminantes atmosféricos, los que causan el deterioro de los atractivos. Entre las causas naturales están:

Erosión: se escoge esta opción cuando el desgaste ha sido producido por causas naturales (viento, lluvia, etc.).

Humedad: esta opción indica que la causa se produce por la cantidad de líquido que se encuentra en la superficie del atractivo causando su desgaste.

Desastres naturales: como su nombre lo indica, son aquellos eventos ocasionados por la naturaleza como son: terremotos, inundaciones, deslaves y que causan daño a los atractivos turísticos y su entorno.

Flora / Fauna: esta opción se escoge cuando existe contaminación en la atmósfera que destruye los atractivos turísticos, causando la pérdida de la biodiversidad dentro del territorio.

Clima: El cambio climático es una amenaza que determina el proceso de deterioro de los atractivos turísticos.

Figura 12*Estado de Conservación e integración atractivo / entorno*

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO				SI	NO	S/I	
6.1 Atractivo (U)				<input type="checkbox"/>			
a. Conservado	<input 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:							

Nota. Fuente: (MINTUR, 2017)

8.3.9. Higiene y Seguridad Turística

En esta sección es de suma importancia la higiene y seguridad turística del visitante y es por ello que se debe informar si el atractivo turístico cuenta con los servicios básicos como:

Agua: se debe seleccionar una alternativa que indique de donde viene el agua a utilizar.

Energía Eléctrica: la energía eléctrica es un bien que los visitantes necesitan para cumplir con sus actividades.

Servicio de Alcantarillado: Este servicio es importante y tiene muchos beneficios, como que las inundaciones no lleguen a las zonas habitadas.

Gestión de residuos: es necesario el servicio de recolección de desechos, para mantener limpio el atractivo turístico y que el visitante se sienta seguro.

Salud: corresponde a una infraestructura, donde ofrezcan servicio de salud y que dispongan de instrumentos y equipo médico, e indicar el nombre, número de contacto, distancia y tiempo en horas.

Seguridad: si en el atractivo turístico existe algún tipo de vigilancia para seguridad de los visitantes, en observaciones se colocará esa información.

Figura 13*Higiene y Seguridad Turística*

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO	SI
7.1 Servicios Básicos		<input type="checkbox"/>		
a. En el atractivo		<input type="checkbox"/>		
Agua:	<input type="checkbox"/>		Agua	<input type="checkbox"/>
Especifique:			Especifique:	
Energía eléctrica:	<input type="checkbox"/>		Energía eléctrica	<input type="checkbox"/>
Especifique:			Especifique:	
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:				

Nota. Fuente: (MINTUR, 2017)

8.3.10. Políticas y regulaciones

Son mecanismos de regulación, registro y control de las diferentes actividades, características y servicios turísticos, para que cumplan con los estándares adecuados dentro de los atractivos.

Figura 14*Políticas y Regulaciones*

8. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	NO	SI
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI	<input 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 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 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 type="checkbox"/>
			Especifique:	
Observaciones:				

Nota. Fuente: (MINTUR, 2017)

8.3.11. Actividades que se practican

Son las actividades que se practican son aquellas que se lo realizan en los atractivos naturales como es el turismo de aventura. Y también realizan actividades en función de lo cultural.

En el agua

- a) **Buceo:** este archivo natural de aventura, lo realiza el ser humano sumergiendo su cuerpo en un lago, un río, con fines deportivos o científicos.
- b) **Kayak de mar/lacustre:** es otro atractivo turístico de aventura que se lo realiza en una embarcación sin otro medio de impulso y control de embarcación sin otro medio de impulso y control de embarcación que el generador por los mismos navegantes con el uso de remos.
- c) **Kayak de Río:** esta modalidad turística de aventura que abarca la navegación al igual que la anterior, se lo realiza por medio de propulsión y control de la embarcación generado por los mismos navegantes.
- d) **Kite Surf:** es una aventurade deporte extremo de deslizamiento del piloto conectado a una cometa sobre el agua a grandes velocidades.

También hay el rafting, Snorkel, Surf, Tubing, Regata, Paseo en panga, Paseo en moto acuática / parasailing / esquí y Banana / inflables, Pesca deportiva, otros.

En el Aire

- a) **Alas Delta:** su modalidad turística de aventura realiza vuelos sin el uso de un dispositivo construido sin motor.
- b) **Canopy:** es un deporte extremo que consiste en deslizarse desde un lugar a otro utilizando un sistema de cables que se encuentra anclado en sus extremos.
- c) **Parapente:** deporte que aprovecha las corrientes de aire consiste en lanzarse desde una pendiente muy pronunciada con un paracaídas desplegado y efectuar un descenso controlado.

Otro: De existir otra actividad relacionada, se debe escoger esta opción.

Figura 15

Actividades que se practican

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)						SI	NO	S/I	
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 Rio	<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"/> texto
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"/>	texto	
Observaciones:									
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)						<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 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"/>	texto	
Observaciones:									

Nota. Fuente: (MINTUR, 2017)

8.3.12. Actividades culturales

Estas acciones como atractivos turísticos son prácticas tradicionales de índole cultural.

Figura 16*Atractivos Culturales*

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"/>	texto		
Observaciones:								

Nota. Fuente: (MINTUR, 2017)

8.3.13. Medios de Promoción del Atractivo

Para este ítem seleccionar la información que corresponda:

- a) **Página Web:** el atractivo es promocionado mediante una página web
- b) **Red Social:** la utilización de las redes sociales para promocionar
- c) **Revista Especializada:** Su promoción se realiza en material impreso.
- d) **Material POP (Punto de Compra):** se caracteriza por un logo o emblema que represente una marca, empresa u organización con el fin de llegar a un público determinado.
- e) **Oficina de información Turística:** es un punto de información específico donde se promocioe un atractivo.
- f) **Medios de comunicación (radio, tv, prensa):** son medios disponibles que mediante anuncios pagados promocionan el atractivo turístico.
- g) **Otro:** se especificará cual es el medio de promoción.

Figura 17

Promoción y comercialización del atractivo

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO			SI	NO	SI
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)					
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?			SI	NO	Especifique:
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?			SI	NO	
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	NO	Especifique: texto
Observaciones:					

Nota. Fuente: (MINTUR, 2017)

8.3.14. Tipo de Visitante y Afluencia

Se puede tomar en cuenta: la afluencia, tipo de turista, la frecuencia con la que visita el atractivo y si son de la zona, nacionales y extranjeros.

Figura 18

Tipo de Visitante y Afluencia

11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)								SI	NO	S/I			
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos								<input type="checkbox"/>					
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?		SI	NO	Tipo: Digital		Papel	Años de registro		0				
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?		SI	NO	Frecuencia de los reportes:									
c. Temporalidad de visita al atractivo													
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	texto				Número de visitantes	0					
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		texto					0					
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	texto		0	0		Países de origen	texto		0	0			
	texto		0	0			texto		0	0			
	texto		0	0			texto		0	0			
Observaciones:													
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave								<input type="checkbox"/>					
Nombre del Informante Clave:				Contactos:									
Demanda según días de visita				Demanda según frecuencia de visita				<input type="checkbox"/>					
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente	<input type="checkbox"/>
Observaciones:													

Nota. Fuente: (MINTUR, 2017)

8.3.15. Recurso Humano

En esta sección se hace referencia a los profesionales capacitados en turismo que tiene el atractivo turístico.

Figura 19

Recurso Humano

12. RECURSO HUMANO										SI	NO	S/I	
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo					<input checked="" type="checkbox"/>	2	d. Número de personas especializadas en turismo			<input type="checkbox"/>	0		
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):			<input checked="" 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	0	Secundaria	1	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0		
Tercer Nivel	1	Cuarto Nivel		Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0		
Otro	texto			Sensibilización de discapacidades	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	QUICHUA		
Observaciones:										texto			

Nota. Fuente: (MINTUR, 2017)

8.3.16. Recurso Humano

Dentro de este espacio se describe la información relacionada con el atractivo turístico tomando como base lo especificado en la clasificación de atractivos, columna de “características”; adicionalmente se podrá ubicar información que se considere relevante (datos estadísticos, históricos, generales).

Figura 20

Descripción del Atractivo

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

Casona con arquitectura de adobe y bareque en donde sobresalen los tapias de un metro de ancho, ventanas de madera, pisos de piedra pishilata, en sus salas muestra trajes típicos de las culturas indígenas de Tungurahua, piezas arqueológicas, agrícolas, herramientas precolombinas, maquinas de cocer que eran utilizados por los primeros camiseros del Ecuador y que fueron oriundos de Pasa.

Nota. Fuente: (MINTUR, 2017)

8.3.17. Anexos

Dentro de este espacio se colocan dos fotografías del sitio inventariado, las mismas que sirven como referencia de los lugares más populares y atractivos turísticos que llaman la atención de los turistas nacionales y extranjeros, adicionalmente en el siguiente literal se ubicará una fotografía de la ubicación que puede ser descargada desde Google Maps.

Figura 21

Anexos

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Nota. Fuente: (MINTUR, 2017)

Figura 22

Ubicación del Atractivo/Fuente



Nota. Fuente: (MINTUR, 2017)

Figura 23

Firma de Responsabilidad

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)		
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución GAD	Institución CZ MINTUR	Institución MATRIZ MINTUR
Cargo	Cargo	Cargo
Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha

Nota. Fuente: (MINTUR, 2017)

Objetivo 2: Actualizar el inventario de los productos turísticos de la parroquia Pasa del cantón Ambato, mediante la aplicación de la metodología de planificación de productos turísticos, obteniendo una base de datos

8.4. Inventario de Productos Turísticos

Durante la investigación se aplicará el método cualitativo a través de la investigación diagnóstica que permitirá actualizar el inventario del producto turístico, se utilizará la técnica de la entrevista con la guía de preguntas para el levantamiento de información por medio de la ficha del producto turístico que nos proporcionará el Manual de Planificación de Productos Turísticos PROMPERÚ para obtener un listado y características del inventario actualizado.

En el desarrollo de las actividades del producto turístico se detalla:

Análisis del destino

Análisis de la demanda turística

Análisis de la oferta turística

8.4.1. Entrevista

Corbetta, P. (2007) opina que es una conversación provocada por un entrevistador con un número considerable de sujetos elegidos según un plan determinado con una finalidad de tipo cognoscitivo. Siempre está guiada por el entrevistador, pero tendrá un esquema flexible no estándar.

Para realizar las entrevistas establecidas en la investigación, se tomó en consideración a la técnica del departamento de turismo y el presidente del GAD parroquial con la finalidad de determinar los sitios turísticos que se conocen en la parroquia Pasa para implementar estrategias de difusión y promoción en la zona.

8.5. Muestra

Naresh K. Malhotra. (2014), menciona que es un subconjunto o subgrupo de población seleccionado para participar en el estudio, las características llamada estadística, se utiliza para hacer deducciones acerca de los parámetros de población.

Para la determinación de la muestra de los habitantes se empleó datos del Instituto Nacional de Estadísticas e INEC (2017), por razones propias del trabajo de salida de campo, se lograron realizar 200 encuestas a los pobladores divididas en 9 comunidades.

En la parroquia Pasa existe una población de 7109 habitantes, se ha tomado la muestra con la aplicación de la fórmula para poblaciones finitas, información que ayuda a la investigación para aplicar en la siguiente formula, el cual se obtuvo la cantidad de 365.

Calculado según poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{Z^2 * p * q + (N - 1) * e^2}$$

En donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población (7109)

Z = nivel de confianza (1,96)

e = estimación del error máximo aceptado (0,5)

p = probabilidad de éxito (0,5)

q = probabilidad de fracaso (0,5)

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 7109}{1,96^2 * 0,5 * 0,5 + (7109 - 1) * 0,5^2}$$

$$n = \frac{6827,48}{18,7304};$$

$$n = 365$$

8.5.1. ANÁLISIS DEL DESTINO TURÍSTICO

El análisis del destino turístico permite identificar, caracterizar y comprender la situación actual de la zona de intervención específica en relación con el destino, en base a un trabajo de gabinete y de campo, de manera técnica y objetiva. Constituye una excelente base para el diagnóstico y sobre todo resulta efectivo para la toma de decisiones que delimitarán si es que existe o no el escenario idóneo para el desarrollo o reestructuración de productos turísticos (MINCETUR, 2014).

Figura 24

Análisis del destino

1. Análisis del destino turístico	1.1 Delimitación del destino turístico	
	1.2 Análisis del mercado turístico y las inversiones	A. Análisis de la demanda turística
		B. Análisis de la oferta turística
		C. Análisis de las inversiones (públicas y privadas)
	1.3 Análisis del contexto social, político y económico	A. Análisis FODA del destino turístico.

Nota. Tomado del Manual de Planificación de Productos Turísticos, (MINCETUR, 2014)

8.6. Análisis de la demanda

La finalidad de este componente es identificar en los perfiles las cualidades, atributos y exigencias de los principales consumidores, tomando en consideración las cifras de arribos y movimientos internos de excursionistas, visitantes extranjeros y nacionales. De acuerdo a la dinámica particular de cada destino, la segmentación de su mercado puede resultar compleja. Sin embargo, se puede obtener información y detalles que permitirán diversificar y perfilar

correctamente las propuestas. Esto ayudará a visualizar cuál es el mercado más prometedor y con posibilidades de consumo inmediatas (MINCETUR, 2014).

Figura 25

Perfil del turista

PERFIL DEL TURISTA	
(características particulares a tomar en cuenta)	
Lugar de origen	
Nivel socioeconómico	
Grado de instrucción	
Ingreso anual	
Edad	
Estado civil	
Ocupación	
Nivel de planificación de viajes	
Estilo de vida (usos, costumbres)	
Hábitos de viaje	
Contratación de servicios	
Satisfacción de viaje	
Fechas de viaje	

Nota. Tomado del Manual de Planificación de Productos Turísticos, (MINCETUR, 2014)

8.7. Análisis de la oferta

Según MINCETUR (2014) son los factores que corresponden al sistema de la oferta turística: recursos y atractivos turísticos, planta turística, infraestructura turística, servicios básicos, actividades turísticas y proveedores turísticos locales; así como factores exógenos, pero de vinculación e incidencia directa a la actividad turística.

Al realizar un estudio fundamental de los elementos que componen la oferta turística deben tenerse en cuenta los siguientes factores:

Figura 26

Componentes de la oferta

Componente de la oferta turística	Elementos a evaluar	Fuentes de consulta sugeridas	Principales documentos a revisar / instrumentos de toma de datos
<p>Infraestructura general</p> <p>Conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte. • Comunicaciones e información. • Servicios básicos: <ul style="list-style-type: none"> * <i>Gestión de residuos sólidos (limpieza pública).</i> * <i>Agua y saneamiento.</i> * <i>Energía eléctrica.</i> • Salud. • Seguridad. 	Gobierno regional y gobierno local	Usualmente es el Municipio donde se obtiene toda la información necesaria de estos factores. Sin embargo, existen varias fuentes de información de acuerdo al sector en cada localidad.

Nota. Tomado del Manual de Planificación de Productos Turísticos, (MINCETUR, 2014)

Componente de la oferta turística	Elementos a evaluar	Fuentes de consulta sugeridas	Principales documentos a revisar / instrumentos de toma de datos
<p>Planta turística</p> <p>Instalaciones físicas necesarias para el desarrollo de los servicios turísticos privados. La planta turística varía de acuerdo al nivel de calidad y segmento de mercado que atiende. Ejemplo: Establecimientos de hospedaje, restaurantes, centros de entretenimiento y operadores turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de establecimientos de hospedaje - clasificación y categorización. • Número de restaurantes - clasificación y categorización. • Capacidad de atención. • Formalidad • Nivel de calidad. • Innovación o especialización en el servicio o producto. • Horario de atención. 	Gobierno regional / Dircetur	<p>Entrevistas</p> <p>Capacidad instalada de EEHH clasificados y categorizados del Dircetur.</p> <p>Agencias de viajes y turismo que operan formalmente del Dircetur.</p> <p>Capacidad instalada de restaurantes clasificados y categorizados - Dircetur</p>

Nota. Tomado del Manual de Planificación de Productos Turísticos, (MINCETUR, 2014)

Componente de la oferta turística	Elementos a evaluar	Fuentes de consulta sugeridas	Principales documentos a revisar / instrumentos de toma de datos
Productos turísticos conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística. ⁴	<ul style="list-style-type: none"> • Estado de conservación • Condiciones de uso • Calidad • Capacidad de atención (aforo). 	Gobierno	Gobierno

Nota. Tomado del Manual de Planificación de Productos Turísticos, (MINCETUR, 2014)

8.8. Estrategias

Para culminar el último objetivo de proponer estrategias de difusión y promoción se empleará el método cualitativo de investigación diagnóstica – exploratoria esta permitirá saber la situación actual y detectará los problemas que tiene la parroquia Pasa en base a la técnica del FODA por medio de los instrumentos de la Matriz MEFE-MEFI, Matriz EFE-EFI y la Matriz Cruzada se obtendrá como resultado un resumen de estrategias.

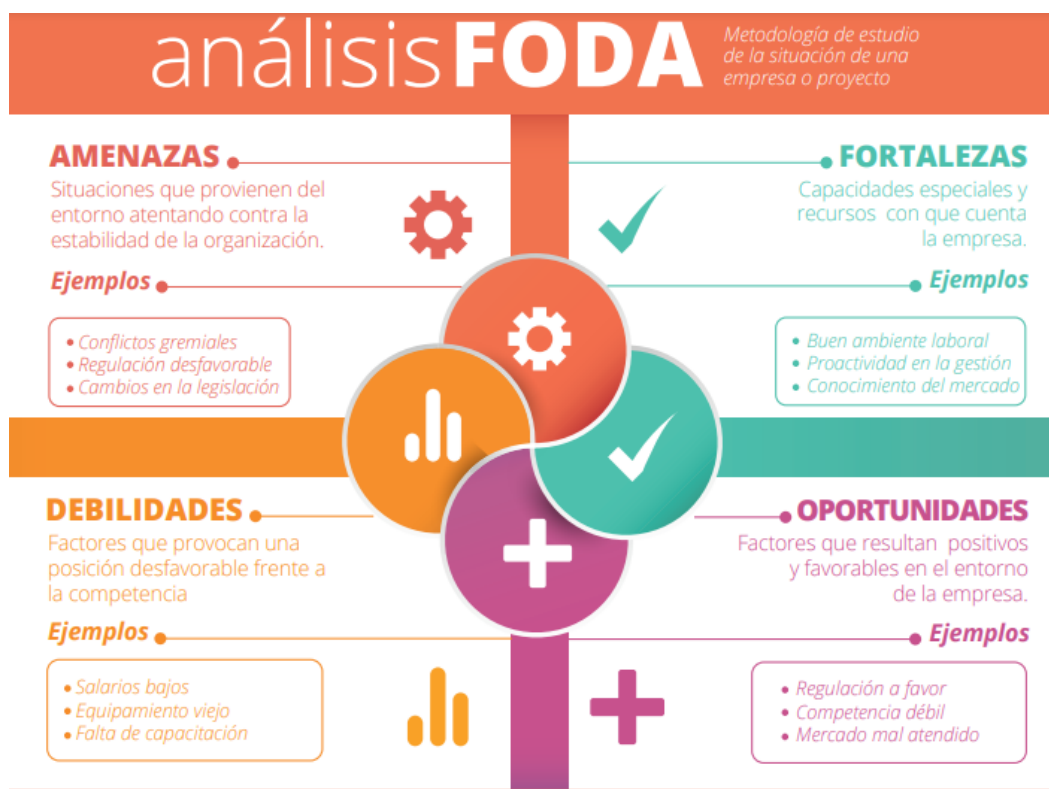
8.9. Matriz FODA

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Thompson, A. y Strickland, K.F.C. (1998) establecen que el análisis FODA estima el efecto que una estrategia tiene para lograr un

equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación externa, esto es, las oportunidades y amenazas.

Figura 27

Matriz FODA



Nota. Fuente: (Ponce, H., 2017)

Es un instrumento que sirve para establecer el estudio situacional de la parroquia Pasa en el ámbito turístico, tomando en consideración las fortalezas y debilidades internas; además de las oportunidades y amenazas en las estrategias de difusión y comercialización de atractivos turísticos. Por lo cual, mediante el trabajo de campo y la información obtenida de encuestas y entrevistas a la población local y autoridades del GAD Parroquial de Pasa, además de la recolección de información bibliográfica; se determinarán las ventajas y desventajas que se estructuraron.

8.9.1. MEFI

MEFI son las siglas en inglés de Matriz de Evaluación de Factores Internos, es una herramienta que permite realizar una auditoría interna e identificar los puntos fuertes y las deficiencias de una empresa o de un área funcional concreta.

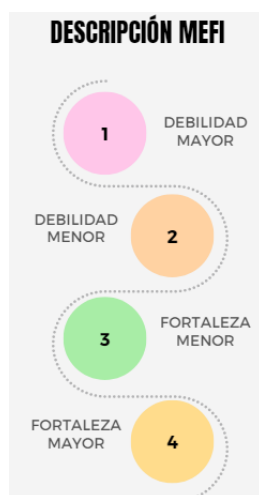
Las empresas pueden utilizar la matriz MEFI para evaluar los problemas que afectan favorable o desfavorablemente a su capacidad para expandirse y perdurar en el mercado.

Primero se crea una tabla con cuatro columnas. En la primera se realiza una lista de las fortalezas y debilidades del sector o la empresa en su conjunto. Se establece índices de valor a cada aspecto asignándoles un valor comprendido entre el 5% (escasa relevancia) y el 100% (extremadamente significativo), con el objetivo de que todas las cifras sumen 100%.

A continuación, se aplica una calificación entre 1 y 2 a los puntos fuertes, mientras que se añade una calificación entre 3 y 4 a los puntos débiles.

Figura 28

Descripción MEFI



Nota. Elaborado por: Cristina Mantilla; Fuente:(Flores et al., 2008)

La ponderación se multiplica por la calificación del factor para obtener una puntuación para cada uno. La suma de las puntuaciones arroja la calificación final, que puede variar de 1 a 4 y tiene una calificación media de 2,5.

La debilidad interna se define como un total inferior a 2,5, mientras que la fortaleza interna se define como un total superior a 2,5.

Tabla 5

Factores Internos

Factores internos clave	Peso	Clasificación	Valor
Fortalezas			
1.			
2.			
3.			
4.			
Debilidades			
1.			
2.			
3.			
4.			
Total			

Nota. Fuente: (Milagros Ruiz Barroeta, 2022)

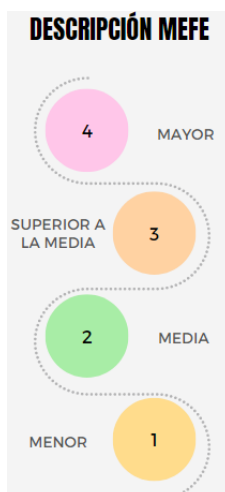
8.9.2. MEFE

Se identifican las oportunidades y los riesgos del sector y se asigna a cada factor un peso porcentual; la suma de estos porcentajes debe ser igual al 100% para generar la matriz de evaluación de los factores externos.

Cada una de las variables recibe una calificación de 1 a 4, siendo 4 la más alta y 1 la más baja.

Figura 29

Descripción MEFE



Nota. Elaborado por: Cristina Mantilla; Fuente:(Flores et al., 2008)

La puntuación de cada factor se calcula multiplicando el peso por la nota, y la suma de las puntuaciones produce una calificación final que puede variar de 1 a 4, reflejando las valoraciones mínima y máxima, con una media de 2,5.

Una puntuación superior a la normal indica que las oportunidades están respondiendo bien a las amenazas para el sector.

Tabla 6

Factores externos clave

Factores externos clave		Peso	Clasificación	Valor
Oportunidad				
1.				
2.				
3.				
4.				
Amenazas				
1.				
2.				
3.				
4.				
Total				

Nota. Fuente: (Milagros Ruiz Barroeta, 2022)

8.9.3. Matriz EFI-EFE

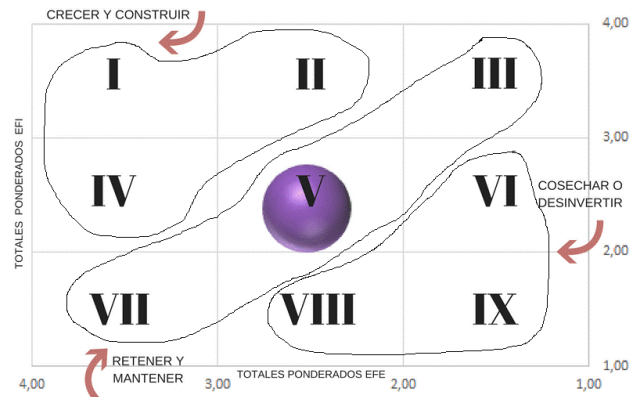
Como los cuadrantes están separados en tres zonas importantes, se utiliza la matriz de transposición EFE-EFI para decidir a partir de los resultados qué hacer en función de la situación de la esfera en cada cuadrante:

- Para crecer y construir, se aconseja utilizar tácticas intensivas (penetración, expansión del mercado y creación de productos) o integradoras (integración directa, hacia atrás y horizontal). en uno de los cuadrantes I, II o IV.
- La penetración en el mercado y el desarrollo de productos son dos tácticas que se utilizan con frecuencia en este segmento para retener y mantener a los clientes en cuadrantes III, V o VI.
- Cosechar o desinvertir: Como los resultados no son suficientemente buenos, se aconseja recortar, desinvertir o liquidar. Posicionando en uno de los cuadrantes VI, VIII o IX.

Los resultados de las matrices MEFE y MEFI deben tratarse como en un plano cartesiano, siendo MEFE los valores de "X" y los resultados de "Y" los valores de MEFI, para encontrar la esfera en el cuadrante.

Figura 30

Matriz EFE-EFI



Nota. Fuente: (Geisy, 2016)

8.10. Matriz Cruzada

A la hora de desarrollar estrategias se tienen en cuenta dos aspectos del FODA, los factores internos de la organización con los factores externos del entorno, se añade a esta matriz la dimensión estratégica.

Figura 31

FODA Cruzado

		Factores Internos (FI) de la organización.			
		FI		FE	
Factores Externos (FE) dados por el entorno	1.- Fortalezas (F)	Son los recursos y fortalezas que la organización posee, que le permiten ser único y que la diferencian	3.- Debilidades (D)	Son las debilidades que la organización posee, al identificarlas pueden ser transformadas en fortalezas	
	2.- Oportunidades (O)	5.- Estrategias FO (ofensivas) Se utilizan las fortalezas para aprovechar y potenciar las oportunidades	6.- Estrategias DO	6.- Estrategias DO Se aplican superando las debilidades y aprovechando las oportunidades	
	4.- Amenazas (A)	7.- Estrategias FA Se utilizan las fortalezas para enfrentar las amenazas	8.- Estrategias DA (defensivas)	8.- Estrategias DA (defensivas) Se evitan las amenazas que puedan impactar las debilidades	

Nota. Fuente: (León Cristo, 2021)

Tabla 7*Análisis estratégico*

ANALISIS ESTRATEGICO		IMPACTO		
FO		ALTO	MEDIO	BAJO
		X		
FA				
		X		
DO				
		X		
DA			X	
			X	

Nota. Fuente: (León Cristo, 2021)

Las tácticas necesarias para abordar o reforzar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas se identificarán utilizando esta matriz. A continuación, se describen:

Se emplean las fortalezas y las técnicas FO (ofensivas) para aprovechar y mejorar las oportunidades.

Para hacer frente a las amenazas, se despliegan técnicas y fortalezas FA (preventivas).

Aplicar técnicas de DO (proactivas) implica superar debilidades y aprovechar oportunidades.

Las amenazas que podrían afectar negativamente a los puntos débiles se evitan mediante estrategias de debilidades (DA).

Tabla 8*Resumen estratégico*

MATRIZ	RESUMEN ESTRATEGIAS

Nota. Fuente: (León Cristo, 2021)

9. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

9.1. Inventario

Para obtener información del inventario de atractivos turísticos, se solicitó a la Dirección de Cultura y Turismo del cantón Ambato el catastro y las fichas de los atractivos de la parroquia Pasa. El cual me entregaron dos fichas técnicas cuyos atractivos fueron el Museo Etnográfico y la Iglesia Patrimonial.

Al no contar con el inventario de todos los atractivos turísticos se realizó 4 salidas de campo que permitió registrar el levantamiento de información mediante las fichas del MINTUR para actualizar el inventario de los 7 atractivos restantes.

Tabla 9

Atractivos Inventariados

ATRATIVOS TURÍSTICOS	CANTÓN	TRABAJO DE CAMPO	MINTUR
Iglesia San Antonio de Pasa	X		
Museo Etnográfico	X		
Cerro Casahuala		X	
Laguna Larcapamba		X	
Laguna Siquibulo		X	
Cerro Llillagua		X	
Casas Patrimoniales		X	
Bosque Polylepis		X	
Talleres de Camisas		X	

Nota. Se reviso el inventario de la parroquia y el MINTUR sin obtener registro

9.1.1. Inventario Validado

Se muestra información de accesibilidad, servicios, actividades y los medios de promoción de los diferentes atractivos turísticos que tiene la parroquia Pasa, para conocer y poder acceder a cada uno de ellos.

En el levantamiento de información que se muestra en la Tabla 12. se observa que existe 9 atractivos turísticos clasificados en categorías de los cuales 4 son manifestaciones culturales de tipo arquitectura, acervo cultural popular y 5 son atractivos naturales de tipo montañas, ambientes lacustres y bosques; cuya ubicación de los atractivos es rural y tienen las mismas características climatológicas, el acceso a los atractivos es completamente libre, el traslado a los lugares es en bus, carro particular o camionetas de alquiler; sus vías de acceso son de primer y segundo orden, algunos atractivos no cuentan con la señalética necesaria, es regular.

En los atractivos de Manifestaciones Culturales su estado de conservación es buena, en cambio en los Atractivos Naturales la conservación es alterada por causa natural y falta de mantenimiento. En el ámbito cultural se realizan actividades como:

- Recorridos guiados
- Participación en talleres artísticos
- Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,

Mientras que los atractivos naturales se practican actividades de:

- Montaña
- Senderismo
- Caminata
- Cabalgata
- Camping
- Escalada y
- Observación de flora y fauna.

La parroquia Pasa cuenta con un centro de información turística, la misma que permite que los visitantes participen en actividades turísticas, mediante publicidad utilizando las redes sociales, páginas web y trípticos.

Tabla 10*Atractivos Turísticos*

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo de ingreso	Accesibilidad (poblado más cercano)	Vías de acceso	Servicio de transporte	Señalética	Estado de conservación	Actividades que se practican	Medios de Promoción
Iglesia Patrimonial San Antonio de Pasa	Manifestaciones Culturales	Libre	La Matriz	Primer orden	Bus Taxi Camioneta	Buena	Conservado	Ninguna	Página web, Red social, Material POP
Museo etnográfico	Manifestaciones Culturales	Libre	La Matriz	Primer orden	Bus Taxi Camioneta	Buena	Conservado	-Recorridos guiados -Participación en talleres artísticos - Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	Página web, Red social, Material POP
Cerro Casahuala	Atractivos Naturales	Libre	Comunidad Larcapamba	Segundo Orden	Carro particular Camioneta	Regular	Conservado	Montañismo. Escalada. Observación flora y fauna	Material POP
Laguna Larcapamba	Atractivos Naturales	Libre	Comunidad Tiliví	Segundo Orden	Carro particular Camioneta	Regular	Alterado	Caminata	Material POP
Laguna Siquibulo	Atractivos Naturales	Libre	Comunidad Tiliví	Segundo Orden	Carro particular Camioneta	Regular	Alterado	Senderismo Cabalgata Caminata	Material POP
Cerro Llillagua	Atractivos Naturales	Libre	Comunidad Tiliví	Segundo Orden	Carro particular Camioneta	Regular	Alterado	Senderismo Cabalgata Caminata	Material POP
Casas patrimoniales	Manifestaciones Culturales	Libre	La Matriz	Primer Orden	Bus Camioneta	Buena	Conservado	- Recorridos guiados - Participación en talleres artísticos	Material POP
Bosque Polylepis	Atractivos Naturales	Libre	Comunidad Tiliví	Segundo Orden	Bus Camioneta	Regular	Conservado	Cabalgata Caminata	Material POP
Talleres de camisas	Manifestaciones Culturales	Libre	La Matriz	Primer Orden	Bus Taxi Camioneta	Bueno	Conservado	Visita a talleres artesanales Compra de artesanías	Material POP

9.1.2. Criterios de valoración

En la Tabla 13. se muestran los criterios de valoración por medio de la ficha del MINTUR de atractivos turísticos que facilita el Ministerio de Turismo para descargarla, esto permite llenar de acuerdo al estado que se encuentra el atractivo visitado, generando la tabla del resumen de resultados con el valor total de la ponderación automáticamente. Los valores que se asignen a cada atractivo en la tabla de criterios de evaluación permiten establecer un rango para la jerarquía como resultado.

Tabla 11

Criterios de valoración

Nombre del atractivo	Accesibilidad y conectividad Max 18	Planta Turística Máx. 18	Estado de Conservación Máx. 14	Higiene y Seguridad Turística Máx. 14	Políticas y regulaciones Máx. 10	Act. Qué se practican en el atractivo Máx. 9	Difusión de medios de promoción Máx. 7	Registro de visitantes Máx. 5	Recursos humanos Máx. 5	Total
Iglesia Patrimonial San Antonio de Pasa	12	10,2	14	9,1	3	9	2	2	0	61,3
Museo etnográfico	12	6	14	10,8	8	9	2	7	0	68,8
Cerro Casahuala	8	6	14	9,3	6	3	2	4	3	55,3
Laguna Larcapamba	8	4,5	10	9,9	3	3	2	4	3	47,4
Laguna Siquibulo	8	6	14	10,3	5	3	2	4	3	55,3
Cerro Lillahua	8	6	14	9,9	6	3	2	4	3	55,9
Casas Patrimoniales	12	5,7	12	6,9	3	9	2	4	3	57,6
Talleres de Camisas	12	6	12	9,9	3	9	2	4	3	60,9
Bosque Polylepis	8	6	14	9,9	3	0	2	4	3	49,9

9.1.3. Jerarquización de atractivos turísticos actualizados

La valoración realizada, que se detalla en la matriz de evaluación de los atractivos turísticos, pone de manifiesto que la parroquia Pasa posee 9 atractivos; además, resalta que su “jerarquía” se sitúa entre el segundo y tercer nivel de cualificación, en términos de motivaciones para incentivar la visita (Tabla 14).

Tabla 12

Jerarquización de atractivos turísticos

ATRACTIVO TURÍSTICO	PONDERACIÓN	JERARQUIZACIÓN
Iglesia San Antonio de Pasa	61,3	III
Museo Etnográfico	68,8	III
Cerro Casahuala	55,3	III
Laguna Larcapamba	47,4	II
Laguna Siquibulo	55,3	III
Cerro Llillagua	55,9	III
Casas Patrimoniales	57,6	III
Bosque Polylepis	49,9	II
Talleres de Camisas	60,9	III

Las tablas presentadas tienen elementos que ayudan a la valoración de criterios, la misma que se le asigna un puntaje para cada criterio que debe tener un total de 100. El objetivo se realizó para saber la jerarquización de cada atractivo turístico siendo III la evaluación más alta en 7 atractivos debido que es capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos para tener potencial de visitantes nacionales o extranjeros y 2 atractivos con calificación de II puesto que tiene algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas (Tabla 13 y Tabla 14).

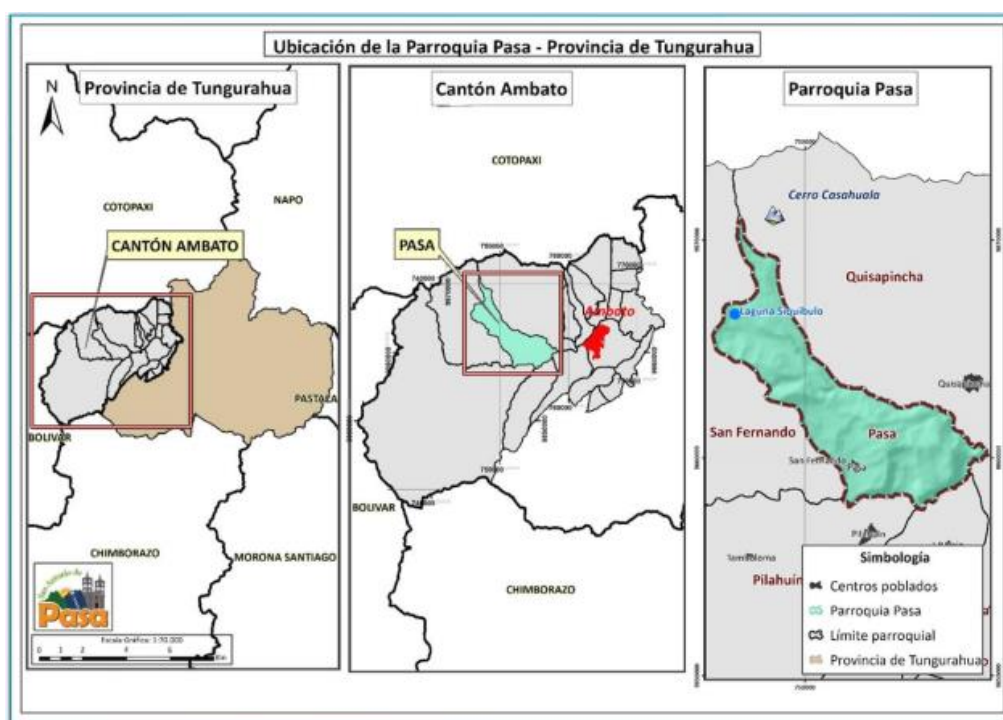
9.2.Producto turístico

9.2.1. Análisis del destino

La parroquia San Antonio de Pasa se localiza en el sector occidental de la provincia de Tungurahua, a 17 kilómetros de distancia de la cabecera cantonal de Ambato (PDOT, 2015).

Figura 32

Mapa de ubicación política y geográfica de la parroquia



Nota. Fuente: (PDOT, 2015)

9.2.2. Límites

La parroquia de Pasa se encuentra ubicada en el cantón Ambato y sus límites son:

- Al Norte: Parroquia Quisapincha
- Al Sur: Parroquias Juan B. Vela y Pilahuín
- Al Este: Parroquias Quisapincha y Santa Rosa
- Al Oeste: Parroquia San Fernando (PDOT, 2015).

9.2.3. Extensión y división política

La extensión de la parroquia es de 4884 ha., su división está constituido en zonas, de estas tenemos 11 poblados que se detallan a continuación:

- Zona alta rural: Lirio, Tiliví, Punguloma, Pucaucho, Castillo.
- Zona baja rural: Cuatro Esquinas, Chillipata, Llullaló, Mogato, Caserío Quindivana
- Zona urbana: Centro Parroquial (PDOT, 2015).

9.2.4. Población

La parroquia de Pasa tiene una población de 7104 habitantes (PDOT, 2015).

9.2.5. Clima y altitud

La temperatura media anual oscila entre los 13°C, y llega hasta temperaturas máximas de 26 °C y su altitud es de 3115 msnm (PDOT, 2015).

9.2.6. Educación y Salud

El centro de salud se encuentra cerca de los atractivos culturales ayudando con atención primaria y primeros auxilios. El espacio público con el que cuenta la población son canchas deportivas y rampas

Tabla 15

Educación y Salud

EDUCACIÓN	Existen 3 unidades educativas
SALUD	Existe 1 Centro de Salud Tipo B
ESPACIO PUBLICO	Espacios deportivos en toda la parroquia

Nota. Elaborado por: Cristina Mantilla; Fuente: (PDOT, 2015)

9.2.7. Fiestas y celebraciones

En la Tabla 16. se indica las principales fiestas que se desarrollan en los sectores de la parroquia Pasa. La cultura de la parroquia también se evidenciada en las fiestas que cada comunidad o sector tiene por herencia o tradición, estas prácticas, manifestaciones y representaciones culturales se realizan en el territorio en un determinado tiempo que contribuye a la riqueza cultural de San Antonio de Pasa; estas fiestas suelen estar acompañadas de actos religiosos, baile, música, comida y otras actividades o rituales propios de cada sector, como los reyes magos, o las corridas de toros, estas se desarrollan con frecuencia en los espacios públicos de cada comunidad.

Tabla 16

Principales Fiestas de la Parroquia Pasa

COMUNIDAD/ SECTOR	FIESTA	MESES	PRINCIPALES ACTIVIDADES
Pasa centro	Celebración Religiosa de Semana Santa	Abril	• Misa de Jueves Santo (Lavatorio de los pies), actos del Viernes Santo en el que se destaca la procesión del vía Crucis dramatizado, Misa de Resurrección
	San Fernando	Mayo	• Corridas de Toros
	Virgen del Cisne	Noviembre	• Caminata, Misa
Castillo	Carnaval Jesús del Gran Poder Finados	Febrero	• Juegos tradicionales • Danzantes, Carrera de motos, Carrera de coches
		Noviembre	• Visitar a los difuntos
Cuatro esquinas	Virgen del Cisne	Diciembre – Enero	Misa, Toros, comparsas, jornadas deportivas, disfraces (inocentes)
Lirio	Reyes Magos	Enero	Actuación de los reyes, comparsas
		Abril	Corrida de Toros
	Finados	Noviembre	Visitar a los difuntos
Tiliví	Aniversario de la Comunidad	Abril	Danzas, concursos de comparsas, elección de la Reina, concurso de totora, pampamesa
	Finados	Noviembre	Visitar a los difuntos
Punguloma	Carnaval	Febrero	Juegos tradicionales, presentaciones artísticas
	Finados	Noviembre	Visitar a los difuntos
	Fin de Año	Diciembre	Juegos tradicionales, campeonato de fútbol, agasajo navideño, presentación artística
Pucaucho	Carnaval	Febrero	Corridas Taurinas, danzas
Mogato	Fiestas de Reyes	Enero	Dramatización Reyes, Caminata Pasa - Mogato, Platilleras, Camamulas, Arcos, Montados, Baile.
	Carnaval	Febrero	Juegos tradicionales
	Navidad	Diciembre	Pase del Niño, Misa
Lullalo	Carnaval	29 de septiembre	Octavas, Juegos Tradicionales, carrera de coches, ensacados, palo encebado, castillo, ollas encantadas.
	San Miguel		Pasada, danzas, presentación de colchas, Toros.
	Año Viejo	31 de diciembre	Elaborar el monigote, quema del año viejo.
	Año Nuevo	01 de enero	Misa de año nuevo, carrera de coches, carrera de bicicletas, gallo enterrado, carrera de sambos.
Chillipata	Fiesta del Niñito (San Vicente)	28 de enero	Recibimiento a los turistas, baile
	San Vicente	Junio	Comparsas, Danzantes, baile

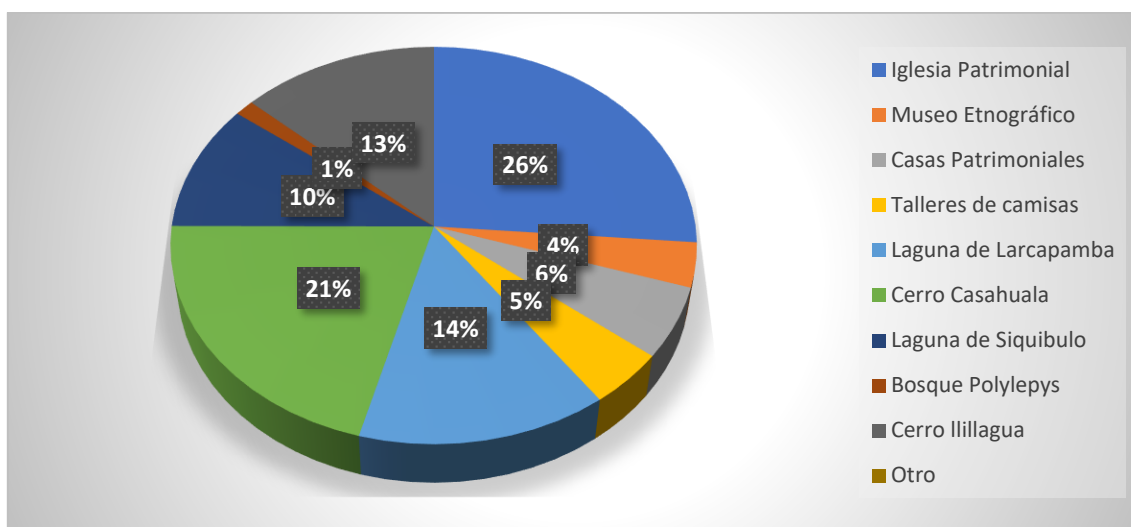
Nota. Elaborado por: Cristina Mantilla; Fuente: (PDOT,2015)

9.2.8. Encuestas

Se realizó encuestas por la falta de información obtenida en el análisis documental, con la finalidad de determinar que la población conoce o visita los diferentes atractivos de la parroquia.

Figura 33

Atractivos turísticos que conoce de la parroquia Pasa

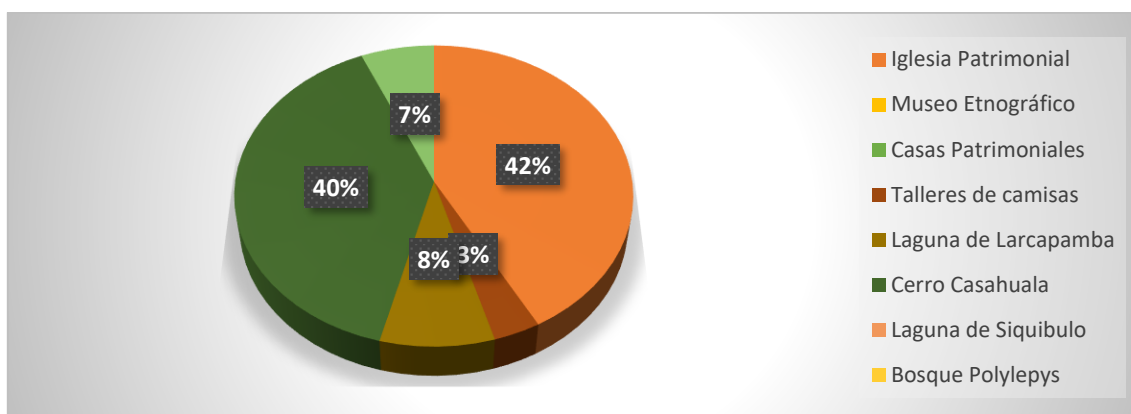


De los atractivos turísticos presentados el 26% conocen la Iglesia Patrimonial debido a que en ella realizan actos religiosos vinculados a las comunidades aledañas que son los principales visitantes, el Cerro Casahuala que es visitado por el 21% de turistas debido que realizan actividades de senderismo y media montaña, el 14% del grupo encuestado visitan la Laguna de Larcapamba porque está se encuentra en la comunidad de Tiliví conocida por los productos elaborados en totora, el 13% de habitantes conocen al Cerro Llillagua porque a simple vista se ve desde la cabecera parroquial, la Laguna de Siquibulo no es muy nombrada debido a que está alejada solo el 10% de la población dice a ver escuchado, las Casas Patrimoniales se conoce porque se encuentra alrededor del parque central el 6% de las personas locales les llama la atención por las fachadas y el diseño llamativo de las pinturas, el 5% de los visitantes llegan a los talleres de camisas debido a que se encuentran en los hogares paseños que llama la atención de los turistas, el 4% de los visitantes llegan al Museo Etnográfico donde

se encuentra una colección de la tradicional producción de camisas, piezas arqueológicas, etiológicas, utensillos, herramientas precolombinas, objetos de arte, historia del saber ancestral de los pueblos y el 1% el Bosque de Polylepis que es observado en las carreteras que se dirigen a los diferentes atractivos naturales (Figura 29).

Figura 34

Atractivos turísticos importantes

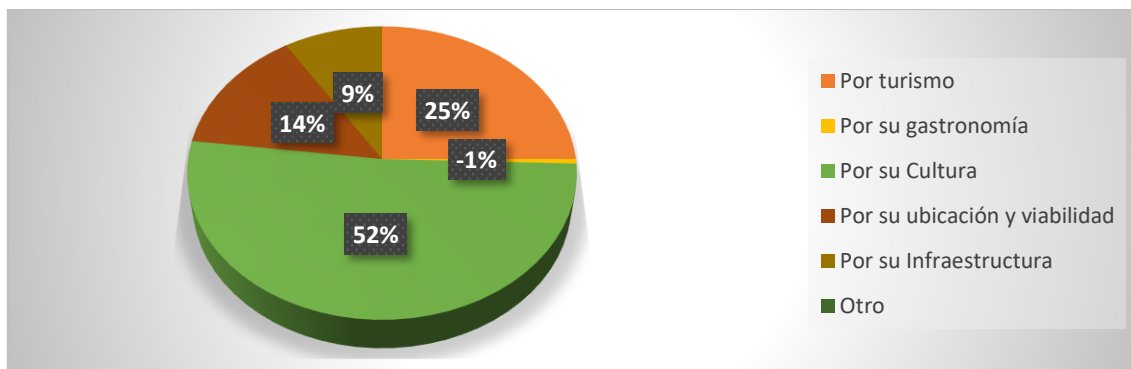


El 42% de visitantes afirman que el atractivo turístico más importante es la Iglesia Patrimonial porque se encuentra en el centro de la parroquia y por las creencias religiosas de la población, el 40% de los turistas consideran importante el ascender al Cerro Casahuala porque practican turismo de aventura, la Laguna de Larcapamba es considerada importante por la comunidad de Tiliví debido que el 8% de las personas llega a conocer, el 7% y 3% de los encuestados no consideran importante las casas patrimoniales y los talleres de camisas debido a que son poco visitadas (Figura 30).

El resultado de esta pregunta aporta a la investigación debido que la población desconoce de todos los atractivos que existen en la parroquia Pasa y solo la Iglesia Patrimonial y el Cerro Casahuala son importantes por las visitas que tiene de propios y extraños.

Figura 35

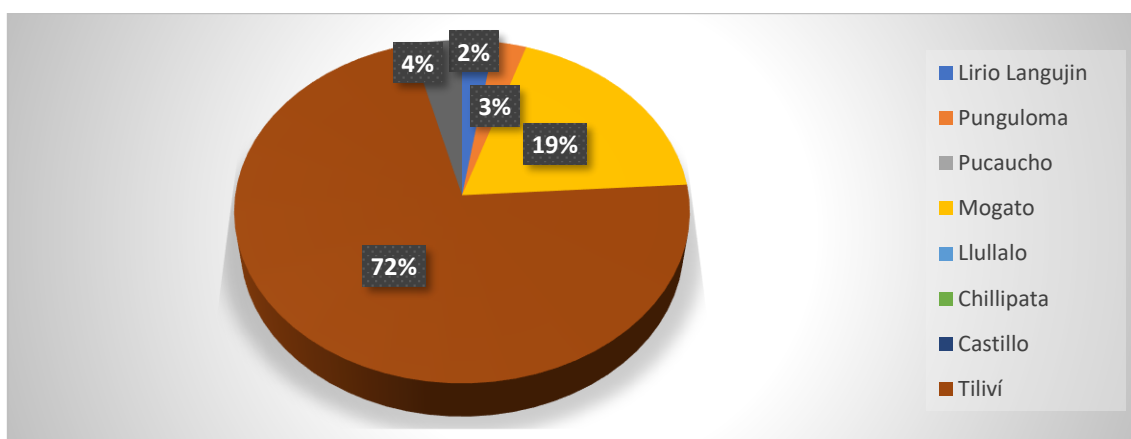
Motivos por las que las personas visitan los atractivos turísticos



El museo etnográfico y la iglesia patrimonial el 52% de la población es visitada por su cultura debido que en estos sitios se encuentra gran parte de la historia ancestral, el 25% de las personas viajan hacer turismo en los diferentes complejos turísticos que se encuentran en la vía, la ubicación y viabilidad permite que el 14% de visitantes conozcan alguno de los atractivos como es la Iglesia, el Museo y varias Casas Patrimoniales que están cerca al centro de la parroquia, el 9% aseguran visitar por la infraestructura debido a que la cabecera cantonal tiene un diseño colonial y la iglesia fue construida de piedra talla que llama la atención de los turistas (Figura 31).

Figura 36

Comunidades que tienen más actividad turística

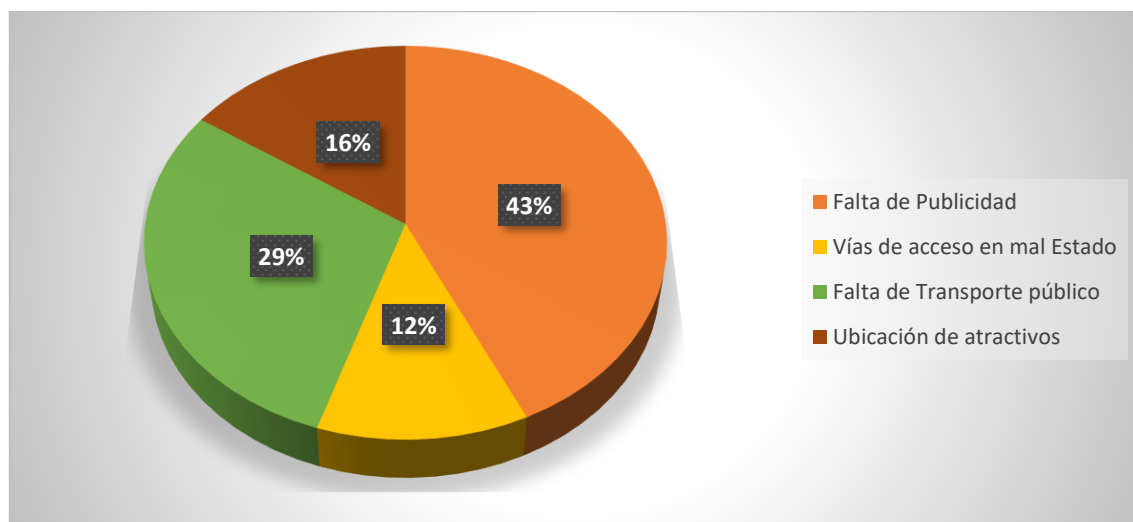


La parroquia Pasa tiene 9 comunidades, donde solo en la comunidad de tiliví con 72% de actividad turística es la más visitada esto se debe a que existe la producción de productos

elaborados en totora, seguida de la comunidad de Mogato con el 19% de visitas por que se realiza varias actividades turísticas y celebraciones religiosas, no se destacan las demás comunidades porque no existen atractivos donde se pueda realizar turismo (Figura 32).

Figura 37

Desarrollo turístico de la parroquia Pasa



Se observa que en la parroquia de Pasa el 43% opinan que afecta al desarrollo del turismo la falta de publicidad de los atractivos turísticos, mientras que el 29% de encuestados manifiestan que el transporte público no llega a todos los atractivos turísticos es por eso que no conocen varios de ellos, las vías de acceso se encuentran en mal estado señala el 16% de la población por las autoridades que no realizan mantenimiento lo que impide que turistas lleguen a ciertos atractivos y el 12% restante piensan que la ubicación de los atractivos está alejada del centro parroquial y las personas no tienen una ruta específica para dirigirse a los atractivos naturales (Figura33).

9.3. Análisis de la Demanda

Para el análisis de la demanda, se procedió a la sistematización de la información facilitada por las encuestas realizadas en la parroquia. En la recopilación se dio a conocer que en Pasa llegan personas de las parroquias aledañas y del cantón Ambato.

El motivo de viaje de la mayoría de los encuestados era por el turismo cultural, en cuanto a la forma de viajar se pudo visualizar que la gran mayoría viaja en familia.

9.3.1. Perfil del Turista.

Para detallar las características del turista que visita la zona, se recopiló información útil por medio de las encuestas que permiten estudiar y comprender los comportamientos de los visitantes, sus costumbres, sus preferencias en sus actividades y sus recursos económicos para ocio y recreación la parroquia de Pasa. La siguiente figura muestra los elementos más importantes.

Tabla 16

Perfil del Turista

PERFIL DE TURISTA	
CARACTERISTICAS	DETALLE
Tipo de turista	Local
Género	Hombres, mujeres
Edad	35 a 65 años
Nivel Socioeconómico	Medio bajo
Motivo visita	Turismo cultural
Duración visita	4 a 6 horas

Durante el levantamiento de información los turistas que se inclinan más por visitar el turismo cultural de la parroquia, tienen un rango de edad de 35 a 65 años que representa el 100% de la población encuestada y está distribuido el 55% son mujeres y el 45% hombres. Los visitantes tienen la tendencia de acudir a los atractivos turísticos en familia y amigos esto quiere decir que disfrutarán de las manifestaciones culturales y naturales que posee la parroquia.

La permanencia del turista en el lugar es de 4 a 6 horas además el 52% de personas llegan por motivos de cultura y el 25% por turismo, así mismo el 26% de la población conoce y acude a la Iglesia Patrimonial y el 21% de turistas llegan a realizar senderismo en el Cerro Casahuala.

9.3.2. Servicios turísticos

Se toma a consideración algunos servicios turísticos debido a que los visitantes que llegan a la parroquia Pasa recorren los atractivos turísticos y después se dirigen a los establecimientos de ocio y recreación puesto que estos complejos se encuentran en la entrada a la vía a Pasa.

Tabla 17

Demanda Turística

Servicios Turísticos					
Complejos	Viernes	Sábado	Domingo	Subtotal	Total
Aguaján	0	15	40	55	2800
Peñón del Río	30	60	100	190	9880
El Portón de Tilulum	20	55	90	165	8580
Total	50	130	230	410	21320

Nota. Elaborado por: Cristina Mantilla; Fuente: (Fonseca Torres, 2012)

9.3.3. Análisis de la oferta

- **Planta turística**

El levantamiento de información mediante 4 salidas de campo permitió identificar 12 establecimientos de prestación de servicios turísticos que tiene la parroquia Pasa.

- **Prestadores de servicios**

Se muestra el número de establecimientos que prestan servicios de alojamiento, alimentación, ocio y recreación con los que cuenta la parroquia Pasa, la información fue recolectada con las salidas de campo (Tabla 18).

Tabla 18

Prestadores de servicios

N°	Prestadores de servicio	N° de Establecimientos
1	Establecimientos de Alojamiento (Posadas y complejos turísticos)	4
2	Establecimientos de Alimentos y bebidas	5
3	Talleres de Artesanos (Confección de camisas, tejidos y canastas)	3
TOTAL		12

Nota. Elaborado por: Cristina Mantilla; Fuente : Adaptado de (PDOT, 2015)

- **Actividad turística de los prestadores de servicios**

En la tabla 19. Se muestra todo lo referente a la actividad turística, al tipo de establecimiento, los nombres de los propietarios, el nombre de la empresa y la dirección de los prestadores de servicios de alojamiento, alimentación, ocio y recreación.

Tabla 19

Actividad turística de los prestadores de servicios

Actividad turística de los prestadores de servicios			
Tipo de establecimiento	Nombre del establecimiento	Nombre del propietario	Dirección
Alojamiento	La Posada de Mamá Lida	No registrado	Antonio José Tobar entre Joaquín Calvache y Jara
Alojamiento	La Cueva del Tío Lobo	Fernando Dávalos	Jara entre Rafael Arias y Juan Espín
Complejo Turístico	Pesca Deportiva Aguaján	Javier Paredes	Vía Pasa Km 9
Complejo	Complejo Recreacional Aguaján	Turístico Verónica Guevara	Vía Pasa Km 10
Restaurante	Bar Restaurante El Carretal	Fátima Sánchez	Joaquín Calvache y Segundo Espín
Restaurante	Aroma Restaurante Cafetería	Adriana Ocaña	Joaquín Calvache entre Jara y Antonio José Tobar
Restaurante	La Posada de Mamá Lida	No registrado	Antonio José Tobar entre Joaquín Calvache y Jara
Restaurante	Dannos Bar Restaurant	Amparito Vinuesa	Jara y Rafael Arias
Restaurante	La Cueva del Tío Lobo	Fernando Dávalos	Jara entre Rafael Arias y Juan Espín
Confección de camisas	ESPATY	Edwin Leónidas Ocaña Chipantiza	Rafael Arias y Jara
Confección de camisas	Asociación Artesanal San Antonio de Pasa	José Fernández	Antonio José Tobar y Jara
Confección de camisas	Asociación Artesanal Kasahuala	Juan Ulloa	Antonio José Tobar entre Joaquín Calvache y Jara

Nota. Elaborado por: Cristina Mantilla; Fuente: (PDOT, 2015)

En la vía principal para llegar a la parroquia Pasa, en el casco central de la misma se encuentran algunos establecimientos que brindan servicios de alimentación, también se puede ver sitios que ofertan alojamiento a los visitantes y pequeñas tiendas alrededor del parque

central. Servicios que son de mucha importancia y ayudan a promover el turismo, sin embargo, se considera que son insuficientes para cubrir la expectativa y la demanda turística; por eso, es importante que los habitantes principalmente quienes están cerca a los diferentes atractivos turísticos, o los propietarios de las casas patrimoniales existentes, sean ellos quienes tomen la iniciativa de generar alternativas de servicios turísticos que sean de interés del visitante, y así cubrir los requerimientos que las personas necesitan, además de mejorar la oferta turística local y generando mayor oportunidad de dinamizar la economía de la población.

9.4. Inventario Producto turístico

Se realizó el inventario de 1 producto turístico existente en la parroquia Pasa para conocer cuáles son los sitios de interés que visitan; para el cual han implementado la ruta turística con el nombre vive y siente “Pasa un encanto por conocer,” por medio de la metodología de planificación de productos turísticos y las fichas del producto turístico se realizó la actualización del análisis del destino, análisis de la demanda y análisis de la oferta.

Tabla 20

Producto Turístico

Nombre de Producto:	Vive y siente “Pasa un encanto por conocer.”
Ubicación:	Cabecera parroquial centro de Pasa
Categoría: Tipo: Subtipo:	Cultural Lugar arqueológico, museos Turismo rural
Atractivos Turísticos:	Iglesia Patrimonial, Casas patrimoniales, Talleres de Camisas, Parque Central, Museo Etnográfico
Actividades Turísticas:	Apreciación de arquitectura, Fotografía Recorrido Guiado, visita talleres artesanales, Compra de artesanías y Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.
Ruta turística:	<ul style="list-style-type: none"> ● Iglesia de Pasa ● Los Murales pinturas creadas en las casas históricas. ● Parque Central ● Museo Etnográfico ● Talleres artesanales de camisas

Nota. Elaborado por: Cristina Mantilla; Fuente: (PDOT, 2015)

9.5. Análisis FODA

Para el alcance del tercer objetivo se utilizó la matriz FODA, como un instrumento capaz de identificar las variables necesarias para el desarrollo turístico, dentro de este instrumento se encuentran las fortalezas y debilidades en la Tabla 21. y las oportunidades y amenazas en la Tabla 22. que está relacionado con la investigación.

Para determinar la ponderación y el cruce adecuado de las variables, fue necesario identificarlas para el desarrollo del turismo en la parroquia Pasa del cantón Ambato.

Tabla 21

Factores Internos

FACTORES INTERNOS	
Fortalezas (F)	Debilidades (D)
Realización de ferias de emprendimientos con productos de la localidad dos veces al mes	No tiene un catastro de los atractivos turísticos
Talleres de producción y venta de camisas.	No cuentan con personal especializado (guías locales)
Actualización del Plan de desarrollo turístico (2019-2023)	Falta de difusión y promoción de los atractivos turísticos
Existencia de un centro de información turística	Atractivos naturales alejados
Participación en la Fiesta de las Flores y las Frutas durante 2 años consecutivos.	Inexistencia de senderos en los atractivos naturales
Existen 5 atractivos naturales y 4 culturales	No existe planta turística en los atractivos naturales
Conservación de flora y fauna	Falta de capacitación a los prestadores de servicios
Conservación del patrimonio cultural	La población no se interesa por actividades turísticas

- **Fortalezas**

Las autoridades del GAD parroquia realizan ferias de emprendimiento dos veces al mes lo que fortalece la economía de la localidad, los productos que se venden son camisas, artículos en totora, sombreros de paja, shigras, ventiladores, esteras y cabrestos.

El GAD parroquial ha participado durante 2 años consecutivos antes de la Pandemia COVID-19 en las Fiestas de las flores y las frutas lo que ha permitido la actualización del Plan de Desarrollo Turístico 2019-2023

La Dirección de Turismo de Ambato y el GAD parroquial durante el año 2018 han gestionado un control y gestión de conservación de flora y fauna en los atractivos naturales de las comunidades de la parroquia Pasa.

Las manifestaciones culturales existentes en la actualidad conservan la infraestructura para que mediante estos lugares los visitantes acudan a los atractivos.

En el año 2020 se realizaron pinturas que resaltan las fachadas de las Casas patrimoniales representando la conservación de los atractivos culturales como la Iglesia, el Museo que llaman la atención de la mayoría de personas que visitan la parroquia Pasa.

- **Debilidades**

En el año 2022 el GAD parroquial no dispone de un catastro actualizado no se registra datos ni información de los establecimientos que prestan servicios turísticos en la parroquia.

En el mes de diciembre del año 2022 el centro de información turística no tiene personal especializado (guías locales).

El principal atractivo turístico que se encuentra alejado es el cerro Casahuala no cuenta con senderos ni planta turística que permita llegar con facilidad a este sitio y a otros atractivos naturales.

La falta de capacitación en temas de turismo a los 12 establecimientos que prestan servicios en la actualidad a generado que no exista un crecimiento económico en la localidad

y por ende la población se desinteresa en participar en actividades que fomente el desarrollo turístico de la zona.

Tabla 13

Factores Externos

FACTORES EXTERNOS	
Oportunidades (O)	Amenazas (A)
Apoyo por parte del Consejo Provincial de Tungurahua	Migración de la población
Interés por parte de autoridades del GAD parroquial de Pasa en proyectos turísticos	Falta de transporte público
Implementación de una ruta turística	Vías de acceso en mal estado en atractivos naturales
Afluencia de visitantes fines de semana	Escasa señalética turística
Desarrollo social y económico de la parroquia	Fenómenos Naturales
Generar plazas de trabajo	Contaminación de residuos en el centro parroquial

- **Oportunidades**

Desde el año 2019 hasta la actualidad el Consejo Provincial de Tungurahua apoya en planificaciones turísticas que permite que las autoridades del GAD parroquial de Pasa realicen proyectos turísticos.

Al contar con afluencia de turistas los fines de semana las autoridades crearon una ruta turística llamada Ven y Siente “Pasa un encanto por conocer”, con la finalidad de implementar más productos turísticos.

En el año 2022 los visitantes han salido de su zona de confort llegando a atractivos turísticos que sean alejado de las ciudades lo que ha permitido que conozcan la parroquia Pasa promoviendo el desarrollo social y económico que generará alrededor de 200 plazas de trabajo en las comunidades aledañas.

- **Amenazas**

En las comunidades de Cuatro Esquinas, Castillo y el Lirio se pudo evidenciar la migración de la mayoría de los pobladores a otros países, por motivo de que los jóvenes no quieren trabajar en la agricultura debido a que sus productos son mal pagados.

En las comunidades de Lillagua y Tiliví de la parroquia Pasa se observa que las vías de acceso a los atractivos naturales se encuentran en mal estado debido a los derrumbes ocasionados por los fenómenos naturales es por eso que no existe una línea de transporte público que llegue a estos sitios.

Los 5 atractivos naturales no cuentan con señalética de direccionamiento e información.

En el centro parroquial de Pasa no existe basureros ni recolectores de residuos, es por eso que se evidencia contaminación ambiental.

9.6. Matriz MEFI

En la matriz MEFI se analiza las fortalezas y debilidades de la parroquia Pasa estableciendo de forma cuantitativa la importancia.

Tabla 14

Factores internos clave

Factores internos clave		Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor
Fortalezas				
1.	Realización de ferias de emprendimientos con productos de la localidad	8%	4	0,32
2.	Talleres de producción y venta de camisas.	8%	3	0,24
3.	Actualización del Plan de desarrollo turístico	7%	2	0,14
4.	Existencia de un centro de información turística	7%	2	0,14
5.	Participación en las fiestas de las flores y las frutas	4%	3	0,12
6.	Existe atractivos naturales y culturales	6%	3	0,18
7.	Conservación de flora y fauna	8%	4	0,32
8.	Conservación del patrimonio cultural	5%	2	0,1
Debilidades				
1.	No tiene un catastro de los atractivos turísticos	8%	3	0,24
2.	No cuentan con personal especializado (guías locales)	7%	3	0,21
3.	Falta de difusión y promoción de los atractivos turísticos	8%	4	0,32
4.	Atractivos naturales alejados	5%	3	0,15
5.	Inexistencia de senderos en los atractivos naturales	7%	4	0,28
6.	No existe planta turística en los atractivos naturales	5%	3	0,15
7.	Falta de capacitación a los prestadores de servicios para desarrollar la actividad turística	5%	3	0,15
8.	La población no se interesa por actividades turísticas	2%	3	0,06
Total		100%		3,12

- **Fortalezas**

En la parroquia Pasa se ha implementado ferias de emprendimientos las mismas que contribuyen al crecimiento socio económico de la localidad a diferencia del centro de información que hasta el día de hoy no dispone con personal especializado en turismo que pueda aportar información acerca de los atractivos turísticos que tiene la parroquia.

El GAD parroquial al actualizar el plan de desarrollo ha creado un diagnóstico identificando las posibles rutas turísticas que se pueda implementar en el Casco Central, por consiguiente, ha buscado un espacio para ser partícipe del desfile de las fiestas de las fiestas de las flores y las frutas con la finalidad que la parroquia Pasa sea conocida y visitada por turistas.

Una de las obligaciones de las autoridades es la conservación de flora y fauna en los atractivos naturales, que conllevan a tener vida útil en el ecosistema.

Es de suma importancia recalcar que los talleres de producción y venta de camisas lo han implementado en sus propias casas para que el turista acuda a comprar, en comparación con el patrimonio cultural que aún se conserva dentro de la parroquia y pueden ser vistos por los visitantes.

- **Debilidades**

Al no contar con un catastro de los atractivos turísticos los visitantes no disponen de información que les permita saber de los productos turísticos existentes en la parroquia Pasa, otra de las debilidades es la falta de difusión y promoción en medios de comunicación, páginas web y redes sociales que lleguen a las personas para que puedan visitar.

Al estar alejados varios de los atractivos naturales se dificulta la llegada de turistas y más al no contar con guías locales que nos ayuden a llegar y conocer los atractivos como son los páramos de la parroquia Pasa.

Se ha evidenciado la inexistencia de senderos en cerros, montañas y lagunas de los diferentes atractivos naturales que son de potencial turístico para las comunidades de la

parroquia de Pasa y al no contar con planta turística los visitantes se limitan a conocer y apreciar estos interesantes paisajes.

Los pobladores y prestadores de servicios al no capacitarse en temas de turismo desconocen sobre lo viable que es contar con recursos naturales para promover el turismo en la parroquia de Pasa y generar economía.

9.7. Matriz MEFE

Los factores externos de la parroquia Pasa se le agrega el valor de importancia dependiendo la situación de la localidad por medio de las oportunidades y amenazas.

Tabla 15

Factores externos clave

Factores externos clave		Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor
Oportunidades				
1.	Apoyo por parte del Consejo Provincial de Tungurahua	8%	4	0,32
2.	Interés por parte de autoridades del GAD parroquial de Pasa en proyectos turísticos	9%	3	0,27
3.	Implementación de una ruta turística	8%	3	0,24
4.	Afluencia de turistas los fines de semana	7%	3	0,21
5.	Desarrollo social y económico de la parroquia	7%	3	0,21
6.	Genera plazas de trabajo	8%	3	0,24
Amenazas				
1.	Migración de la población	10%	1	0,1
2.	Falta de transporte público	10%	4	0,4
3.	Vías de acceso en mal estado en atractivos naturales	10%	2	0,2
4.	Escasa señalética turística	10%	3	0,3
5.	Fenómenos Naturales	5%	1	0,05
6.	Contaminación de residuos en el centro parroquial	8%	3	0,24
Total		100%		2,78

- **Oportunidades**

El Consejo Provincial de Tungurahua apoya a todas las parroquias con actividades que fomentan el turismo, por medio de capacitaciones, una de ellas es la parroquia Pasa que cuenta con atractivos turísticos que deben ser visitados, mediante acciones promovidas por las autoridades del GAD Parroquial.

Las autoridades que están a cargo de las actividades turísticas han implementado una Ruta turística donde se integre la población con la finalidad de dar a conocer los atractivos que tiene Pasa, y por lo tanto ha permitido que exista afluencia de turistas los fines de semana.

Pasa al generar plazas de trabajo en las diferentes comunidades con la creación de nuevos proyectos turísticos ha permitido que se promueva el desarrollo social y económico de toda la parroquia.

- **Amenazas**

La migración ha generado que la población joven abandone sus propiedades siendo un factor negativo puesto que no se genera economía en esa comunidad.

Varias de las vías que conectan con los atractivos naturales se encuentran en mal estado debido a derrumbes que es ocasionado por la naturaleza y fenómenos naturales, del mismo modo la falta de transporte público a estos lugares hace que no se realice mantenimiento de las vías y por ende no existe la señalización adecuada para que locales y turistas visiten los atractivos con mayor facilidad.

La contaminación ambiental por la falta de basureros es percibida en el centro parroquial pues no disponen de contenedores de residuos para que la población deposite en los mismos.

9.8. Matriz EFE-EFI

En la Figura de la matriz EFE-EFI se observa que la ubicación del cuadrante IV están dentro de crecer y construir, por lo cual se interpreta que, en la parroquia de Pasa, se puede

implementar productos turísticos para aprovechar los atractivos con los que cuenta y permita crear estrategias de difusión y promoción en beneficio de la población actual.

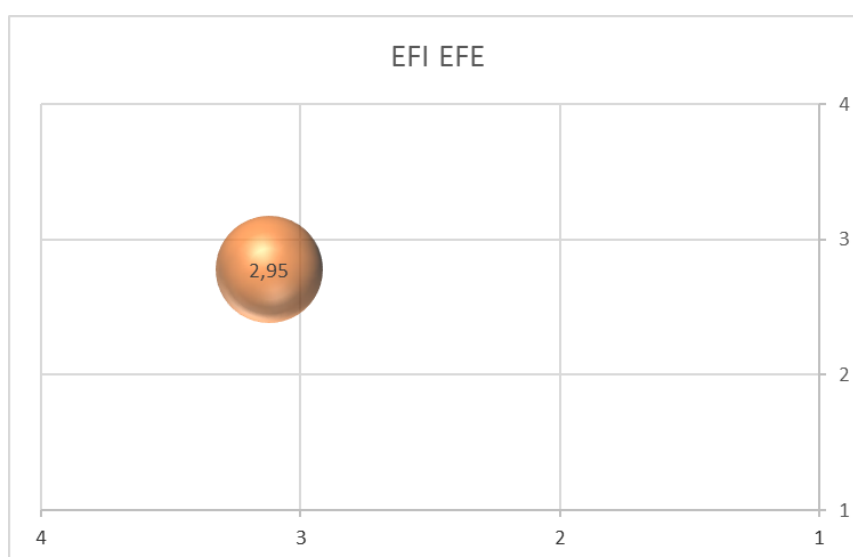
Tabla 16

Matriz EFI-EFE

EFI	EFE	INTERSECCIÓN EFI-EFE
3,12	2,78	2,95

Figura 38

Análisis Matriz EFI-EFE



9.9. Matriz Estratégica Cruzada

A partir de los resultados del diagnóstico de situación realizado, así como de los resultados de las encuestas aplicadas a visitantes y locales, se propone una serie de estrategias con el objetivo de difundir y promocionar los productos y atractivos turísticos de la parroquia de Pasa.

Tabla 17

Matriz Estratégica FODA

MATRIZ ESTRATÉGICA FODA	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
	F1. Realización de ferias de emprendimientos con productos de la localidad	D1. No tiene un catastro de los atractivos turísticos
	F2. Talleres de producción y venta de camisas.	D2. No cuentan con personal especializado (guías locales)
	F3. Actualización del Plan de desarrollo turístico	D3. Falta de difusión y promoción de los atractivos turísticos
	F4. Existencia de un centro de información turística	D4. Atractivos naturales alejados
	F5. Participación en las fiestas de las flores y las frutas	D5. Inexistencia de senderos en los atractivos naturales
	F6. Existe atractivos naturales y culturales	D6. No existe planta turística en los atractivos naturales
	F7. Conservación de flora y fauna	D7. Falta de capacitación a los prestadores de servicios
	F8. Conservación del patrimonio cultural	D8. La población no se interesa por actividades turísticas
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
O1. Apoyo por parte del Consejo Provincial de Tungurahua	F1-O1. Gestionar espacios para realizar ferias de emprendimientos en el sector urbano	D1-O2. Diseñar el catastro enfocados en los establecimientos de prestadores de servicios con el apoyo de las autoridades de la parroquia.
O2. Interés por parte de autoridades del GAD en proyectos turísticos	F2-O4. Campaña de publicidad online promocionando los 9 atractivos turísticos para captar mayor usuario al sitio web	D2-O4. Contratar guías locales para que sea de ayuda a los turistas.
O3. Implementación de una ruta turística	F3-O3. Crear una ruta turística de los páramos que represente los recursos naturales.	D6-O3 Diseñar publicidad atractiva e interactiva.
O4. Afluencia de turistas fines de semana	F4-O4. Diseñar trípticos con información de los atractivos para ser entregado a los visitantes en el centro de información turística	D7-O2. Implementar capacitaciones para la población en temas de turismo.
O5. Desarrollo social y económico de la parroquia	F6-O5-O6. Implementar servicios dentro de los atractivos turísticos, para crear fuentes de trabajo a la población local y generar economía en la parroquia.	D8-O2. Motivar a la población a participar en eventos de emprendimientos turísticos.
O6. Generar plazas de trabajo		
AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
A1. Migración de la población	F2-A1. Crear talleres participativos que aporte a la economía de la parroquia.	D2-A4. Contratar guías locales que ayuden a los turistas a llegar al atractivo.
A2. Falta de transporte público		
A3. Vías de acceso en mal estado en atractivos naturales	F6-A3. Invertir en mejorar las vías de acceso a los atractivos turísticos.	D5-A4. Construir senderos con señalética adecuada en los atractivos naturales
A4. Escasa señalética turística	F6-A4. Instalar señalética turística en todos los atractivos naturales	
A5. Fenómenos Naturales		D8-A6 Socializar con población para evitar la contaminación ambiental dentro de la parroquia.
A6. Contaminación de residuos en el centro parroquial	F7-A6. Contratar personal para el manejo de la basura en áreas naturales	

9.9.1. Análisis estratégico

Tabla 18

Impactos de las Estrategias

ANALISIS ESTRATEGICO		IMPACTO		
FO		ALTO	MEDIO	BAJO
F1O1	Gestionar espacios para realizar ferias de emprendimientos en el sector urbano	X		
F2O4	Campaña de publicidad online de los 9 atractivos turísticos para captar mayor usuario al sitio web	X		
F3O3	Actualizar productos turísticos con información en tiempo real en redes sociales y pagina web	X		
F4O4	Diseñar programas digitales con información de los productos y atractivos turísticos.	X		
F6O5O6	Implementar servicios dentro de los atractivos turísticos, para crear fuentes de trabajo a la población local y generar economía en la parroquia.			X
FA				
F2A1	Crear talleres participativos que aporte a la economía de la parroquia.	X		
F6A3	Invertir en mejorar las vías de acceso a los atractivos turísticos.			X
F6A4	Instalar señalética turística en todos los atractivos naturales			X
F7A6	Contratar personal para el manejo de la basura en áreas naturales			X
DO				
D1O2	Directorio del catastro de planta turística y atractivos turísticos.	X		
D2O4	Contratar guías locales para que sea de ayuda a los turistas.			X
D6O3	Diseñar publicidad atractiva e interactiva.	X		
D7O2	Gestionar capacitaciones para la población en temas de turismo.	X		
D8O2	Motivar a la población a participar en eventos de emprendimientos turísticos.		X	
DA				
D2A4	Contratar guías locales que ayuden a los turistas a llegar al atractivo.		X	
D5A4	Construir senderos con señalética adecuada en los atractivos naturales		X	
D8A6	Socializar con población para evitar la contaminación ambiental dentro de la parroquia.			X

Se considera una gran oportunidad gestionar espacios para las ferias de emprendimiento porque conlleva a que la población sea participe en actividades turísticas.

Cabe destacar como un impacto alto a la confección en los talleres de camisas debido a que esto genera economía dentro de la parroquia por la gran demanda que existe en la actualidad por las personas que lo visitan.

Es de suma importancia que la parroquia sea conocida por medio de trípticos informativos que permita que los turistas lleguen constantemente a los atractivos turísticos existentes.

Se puede mencionar que, al crear talleres en temas turísticos con la participación de la población, permite desarrollar acciones que contribuya a mejorar el servicio y atención a los visitantes.

Para que sea considerado un impacto alto, todo lugar turístico debe contar con señalética adecuada, debido a que esto permitirá llegar con facilidad y seguridad a diferentes atractivos que se encuentran en la localidad.

Es primordial que los turistas lleguen a espacios libres de contaminación para que su visita sea agradable y por medio del personal especializado en manejo de basura permitirá que exista un control adecuado y siempre este limpio la parroquia.

Es crucial que las autoridades y el centro de información turística se interesen, en el diseño del catastro para tener registrado todos los establecimientos de servicios turísticos y que las personas que visitan se desplacen con facilidad a estos lugares.

Se ve la necesidad de que la parroquia en el sector turístico contrate guías locales debido a que la mayoría de los atractivos naturales tienen un nivel de dificultad para poder llegar.

Tiene un impacto alto esta estrategia, debido que las capacitaciones en temas de turismo beneficiarán a la población y personas interesadas permitiendo ampliar los conocimientos e implementarlos y tener un mejor manejo de los mismos.

La ruta turística integra varios atractivos que deben contar con senderos debidamente señalados que permitan guiarse y continuar el camino con facilidad para que los visitantes y turistas terminen el recorrido con éxito.

9.9.2. Resumen estratégico

Tabla 19

Resumen Estratégico

MATRIZ	RESUMEN ESTRATEGIAS
F1O1	Gestionar espacios para realizar ferias de emprendimientos en el sector urbano.
F2O4	Campaña de publicidad online de los 9 atractivos turísticos para captar mayor usuario al sitio web.
F4O4	Diseñar programas digitales con información de los productos y atractivos turísticos.
F3O3	Actualizar productos turísticos con información en tiempo real en redes sociales y pagina web
F2A1	Crear talleres participativos que aporte a la economía de la parroquia.
D1O2	Directorio del catastro de planta turística y atractivos turísticos.
D6O3	Diseñar publicidad atractiva e interactiva
D7O2	Gestionar capacitaciones para la población en temas de turismo.

La matriz presentada propone 8 estrategias que aportan al sector turístico, y que se considera las más importantes en el proyecto de investigación para que sea de interés para la comunidad e interesados en este tema.

9.9.3. Presupuesto en función de las estrategias

Tabla 20

Presupuesto

Estrategias	Ejes	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Gestionar espacios para realizar ferias de emprendimientos en el sector urbano	Stand en las ferias de emprendimientos	10	\$100,00	\$1.000,00
Campaña de publicidad online de los 9 atractivos turísticos para captar mayor usuario al sitio web.	Campañas online	3	\$80,00	\$240,00
Diseñar programas digitales con información de los productos y atractivos turísticos.	Creación de perfiles en sitios Google, Instagram, YouTube, Facebook.	4	\$50,00	\$200,00
Actualizar productos turísticos con información en tiempo real en redes sociales y pagina web	Nuevos productos turísticos	1	\$30	\$30,00
Crear talleres participativos que aporte a la economía de la parroquia	Guía en temas de turismo	4	\$15,00	\$60,00
Directorio del catastro de planta turística y atractivos turísticos.	Directorio	1	\$500,00	\$500,00
Diseñar publicidad atractiva e interactiva	publicidad	1	\$700,00	\$700,00
Implementar capacitaciones para la población en temas de turismo.	Capacitador especializado en turismo	1	\$1.300,00	\$1.300,00
Total			\$2.705,30	\$4.030,00

10. IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS)

10.1. Impactos Técnicos

Los inventarios son necesarios para difundir estrategias, crear productos y promover el turismo; en la presente investigación se demostró que existen atractivos naturales y culturales que pasaron de 2 a 9 atractivos y con ello se puede diseñar más productos turísticos.

10.2. Impactos Económicos

Las estrategias promueven el turismo y dan opciones para la generación de nuevos ingresos que pueda capacitar a la población para implementar campañas de publicidad, gestionar espacios para el turismo, diseñar programas digitales y crear talleres participativos.

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

11.1. Conclusiones

- En la Dirección de Cultura y Turismo del GAD provincial de Tungurahua tiene solo 2 atractivos inventariados, es por eso que se realizó salidas de campo para registrar los 7 atractivos adicionales, teniendo un total de 9 atractivos turísticos 4 culturales y 5 naturales de jerarquía nivel III y nivel II.
- El turista que visita la parroquia Pasa es local y nacional, su edad es de 35 a 65 años, visita de 4 a 6 horas, realiza turismo cultural y natural, existiendo únicamente un producto turístico que ofertan una biciruta llamada Vive y Siente Pasa un encanto por conocer, donde visitan los atractivos como la Iglesia, el Museo Etnográfico, los murales y el Cerro Casahuala.
- Es importante proponer estrategias para promover el turismo en la parroquia, para lo cual se planteará aquellas que promuevan la construcción de nuevos elementos y el crecimiento de los existentes, como es la promoción difusión y capacitación.

11.2. Recomendaciones

- Actualizar regularmente el inventario de los atractivos turísticos de la parroquia Pasa para que se implemente una mejor infraestructura y planta turística que fortalezca el turismo y que los visitantes lleguen con mayor frecuencia a estos lugares.
- Diseñar nuevos productos turísticos en la parroquia Pasa con los atractivos naturales y culturales que cuente con servicios, accesibilidad, y actividades para que sean conocidos y visitados
- La parroquia Pasa debe mejorar el turismo por medio de un plan de Marketing de difusión y promoción de los atractivos turísticos que contribuya al desarrollo económico de la localidad.

12. BIBLIOGRAFÍA

- Asociación de Ecuatoriana de Ecoturismo. (2017). TURISMO EN ÁREAS NATURALES CON GESTIÓN COMUNITARIA. *Bolívar Lucio N.*, 11.
- Bailón, J. C., & Rojas, R. D. H. (2017). Una introducción al turismo gastronómico del cantón Manta–Ecuador. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 1(2), 25-32.
- Barbosa, M. (2007). La Política del Turismo Cultural y el Diseño de Producto Turístico para el Turismo Cultural. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 113.
- Barrutia Montoya, N. R. (2017). *Análisis de la satisfacción del turista y de los operadores locales de turismo de la provincia de Ica respecto al servicio ofrecido por los guías de turismo* [Universidad de San Martín de Porres].
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/3459/barrutia_mnr.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Boullón, R. C. (2006). Espacio turístico. *Ed. Trillas, México*, 14, 7-245.
- Bravo, L. L., Alemán, A. A., & Pérez, M. P. (2018). La actividad turística en el Ecuador: ¿Turismo consciente o turismo tradicional? *Eca Sinergia*, 9(1), 97-108.
- Cárdenas, F. (2001). Comercialización del Turismo. Determinación y Análisis del Mercado. 3ra. ed. Editorial Trillas., 3. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Castillo-Palacio, M., & Castaño-Molina, V. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas: Una revisión de 2009 a 2014. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(3), 755-775.
- Chaviano, E. L. M. (2013). Integración y diseño del producto turístico. Aplicado a la región central del destino Cuba. *GeoGraphos: Revista Digital para Estudiantes de Geografía y Ciencias Sociales*, 4(35), 69-92.
- Constituyente, A. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*.
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Constitucion-de-la-Republica.pdf>

COOTAD. (2010). *CODIGO ORGANICO DE ORGANIZACION TERRITORIAL, COOTAD.*

https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/dic15_CODIGO-ORGANICO-DE-ORGANIZACION-TERRITORIAL-COOTAD.pdf

Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación Social. McGrawHill.* closas-

Orcoyen, S.L. <https://diversidadlocal.files.wordpress.com/2012/09/metodologc3ada-y-tc3a9cnicas-de-investigac3b3n-social-piergiorgio-corbetta.pdf>

Delgado Vargas, J. D. (2011). *Elementos de turismo: Teoría, clasificación y actividad.*

repositorio.uned.ac.cr

Díaz Andagana, J. A. (2020). *Participación comunitaria en la gestión de páramos en el marco*

del “Fondo de páramos, lucha contra la pobreza” en la provincia de Tungurahua, parroquia Pasa. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19106/1/UPS-TTQ097.pdf>

Expreso. (2023). *En 2022 llegaron a Ecuador más de un millón de turistas extranjeros.*

https://www.expreso.info/noticias/internacional/92213_en_2022_llegaron_ecuador_mas_de_un_millon_de_turistas_extranjeros

Flores, M., Vegas, F., & Rivas, A. Y. R. (2008). Analisis de Fortalezas, Oportunidades,

Debilidades y Amenazas (FODA) al programa" Mision Arbol" del MPP para el Ambiente, municipio Heres, estado Bolivar, Venezuela. *La Revista Forestal Venezolana*, 52(2), 201-212.

Fonseca Torres, W. M. (2012). *Las actividades recreacionales y su incidencia en la oferta de*

servicios ecoturísticos de la parroquia pasa cantón ambato de la provincia del tungurahua durante el año octubre 2010-septiembre 2011.

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2626/1/MA-ECO-958.pdf>

Geisy. (2016). *Herramientas para análisis de contexto: MEFI y MEFE.*

<https://aprendiendocalidadyadr.com/herramientas-analisis-contexto-mefi-mefe/>

Ghanem, J. (2017). *Conceptualizing “the Tourist”:* A critical review of UNWTO definition. 30.

Gurría, M. (2004). *Introducción al Turismo. Editorial Trillas.*

<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

- Illescas, L. A. (2015). Recursos turísticos. *Machala: Ediciones UTMACH*.
https://www.academia.edu/download/53776828/114_RECURSOS_TURISTICOS.pdf
- INEC. (2017). *Programa Nacional de Estadística 2017—2021*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Jacob, M., & Aguiló, E. (2008). *La innovación en el sector turístico: El caso de Baleares*.
https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/7674/ROT_1_art_2.pdf
- KOTLER, P. (1997). *Análisis, Planificación, Gestión y Control de Marketing*.
https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf
- Leiper, N. (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of tourism research*, 6(4), 390-407.
- León Cristo. (2021). *Matriz del FODA CRUZADO*. <https://www.cristoleon.com/project/matriz-de-analisis-foda-cruzado/>
- Ley de Turismo. (2014). *REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS*.
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Martín, B. G., & Palomeque, F. L. (2002). *Regionalización turística del mundo* (Vol. 257). Edicions Universitat Barcelona.
https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=XnARoli1ZNQC&oi=fnd&pg=PA3&dq=Regionalizaci%C3%B3n+tur%C3%ADstica+del+mundo.&ots=v59mpzSYk6&sig=_JplFy7ulosdT3rfqUTho1Ys0#v=onepage&q=Regionalizaci%C3%B3n%20tur%C3%ADstica%20del%20mundo.&f=false
- Matute y Asanza. (2006, noviembre 14). *Aspectos sociopsicológicos del turismo*. <http://www.eumed.net/libros/2006c/209/index.htm>.
- Milagros Ruiz Barroeta. (2022). *Herramientas para el análisis estratégico*.
<https://milagrosruizbarroeta.com/mefe-y-mefi-herramientas-para-analisis-estrategico/>
- MINCETUR. (2014). *Manual para la planificación de productos turísticos*.
<https://www.mincetur.gob.pe/wp->

content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf

Ministerio de Turismo. (2014). *Ecuador Potencia Turística*.

<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/18-analisis-economico/cuenta-satelite-de-turismo/97>

MINTUR. (2017). *GUÍA METODOLÓGICA PARA LA JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y GENERACIÓN DE ESPACIOS TURÍSTICOS DEL ECUADOR 2017*. 2da edición.

https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf

Moreno, M. C. M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión gerencial*, 1, 135-158.

Naresh K. Malhotra. (2014). *Investigación de mercados*. (Pearson Educación.).

<http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf>

PDOT. (2015). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL 2015—2019*.

<http://gadpasa.gob.ec/wp-content/uploads/2019/08/PDOT-ALINEACION-2018.pdf>

Pérez, R. M. I., & Villa, C. C. (2019). *Teoría General del Turismo: Un enfoque global y nacional*.

https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Teor%C3%ADa+General+d+el+Turismo%3A+Un+Enfoque+Global+y+Nacional+.&btnG=

Ponce, H. (2017). *La matriz FODA: Alternativas de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones*. (Vol. 12).

<http://cneip.org/documentos/revista/CNEIP_12-1/Ponce_Talancon.pdf>

Quesada, R. (2010). *Elementos de Turismo. Teoría, Clasificación Y Actividad (Segunda ed.)*.

San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.

https://books.google.com.ec/books?id=RdrDv_52LmYC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false

Quintana, V. M. (2017). El turismo de naturaleza: Un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193(785), a396-a396.

Ramírez, C. (2006). *Marketing Turístico*. Editorial Trillas.

<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Ricaurte Quijano, C. V. (2009). *Manual para el diagnóstico turístico local*.

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8300/4/Manual%20de%20diagn%C3%B3stico%20tur%C3%ADstico%20local.pdf>

Saravia, M. del C., & Muro, M. N. (2016). *Productos turísticos: Metodología para su elaboración*. [https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/1647/4-](https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/1647/4-RCS_n29_dossier_3.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[RCS_n29_dossier_3.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/1647/4-RCS_n29_dossier_3.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Thompson, A. y Strickland, K.F.C. (1998). *Dirección y administración estratégicas. Conceptos, casos y lecturas*. MacGraw-Hill Interamericana.

[http://aulavirtual.iberamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-](http://aulavirtual.iberamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/1.%20Peteraf,%20T%3B%20Strickland,%20G.%20(2012).pdf)
[descarga/1.%20Peteraf,%20T%3B%20Strickland,%20G.%20\(2012\).pdf](http://aulavirtual.iberamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/1.%20Peteraf,%20T%3B%20Strickland,%20G.%20(2012).pdf)

Zúñiga, A. C. (2014). *Sistema de promoción y difusión turística para la parroquia Pasa*.

<https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/2665/1/TUAETH017-2014.pdf>

13. APÉNDICES

Apéndice 1. Aval de traducción del resumen al idioma ingles



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: **“PRODUCTOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA PASA, CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”** presentado por: **Mantilla Martínez Cristina de los Ángeles** egresada de la Carrera de: **Licenciatura en Turismo**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales**, lo realizó 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 la peticionaria hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, Febrero del 2023.

Atentamente,



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

Apéndice 2. Hoja de vida del equipo de investigadores

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE

DATOS PERSONALES

APELLIDOS: Andrade Ayala

NOMBRES: Andrea Isabel

ESTADO CIVIL: Casada

CEDULA DE CIUDADANÍA: 1719291468

NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES: 1

LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: 16/01/1986

DIRECCIÓN DOMICILIARIA: Calle E30, Conjunto Portón de Cádiz, Casa 319

TELÉFONO CONVENCIONAL: 023455320

TELÉFONO CELULAR: 0984255539

EMAIL INSTITUCIONAL: andrea.andrade@utc.edu.ec

TIPO DE DISCAPACIDAD: N/A

DE CARNET CONADIS: N/A



ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS

NIVEL	TITULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO	CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP O SENESCYT
TERCER	Ingeniera en Empresas Turísticas y Áreas Naturales	11-08-2009	1032-09-940453
CUARTO	Master of Forest Ecosystem Science	10-03-2015	7057 R-15-21991

PUBLICACIONES RECIENTES

Autor/ Coautor de artículo indexado	Nombre del Artículo	Nombre de la revista	ISSN	Fecha de la publicación
Autor	Test psicofísico para clasificar turistas de alta, media y baja montaña: Una propuesta metodológica	European Scientific Journal	1857-7431	Abril 2020

HISTORIAL PROFESIONAL

FACULTAD Y CARRERA EN LA QUE LABORA: Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales – Ecoturismo

ÁREA DEL CONOCIMIENTO EN LA CUAL SE DESEMPEÑA: Servicios: 81 Servicios personales, 85 Protección del medio ambiente

PERÍODO ACADÉMICO DE INGRESO A LA UTC: Abril – Agosto 2015

FIRMA

Datos Informativos del Estudiante

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI DATOS
INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE**

DATOS PERSONALES

APELLIDOS: Mantilla Martínez
NOMBRES: Cristina de los Ángeles
ESTADO CIVIL: Soltera



CEDULA DE CIUDADANÍA:
 1805475751 **NÚMERO DE**
CARGAS FAMILIARES: 0
LUGAR Y FECHA DE
NACIMIENTO: 18/08/1999

DIRECCIÓN DOMICILIARIA: Huachi Chico - Ambato

TELÉFONO CELULAR: 0998930069

EMAIL INSTITUCIONAL: cristina.mantilla5751@utc.edu.ec

ESTUDIOS REALIZADOS

NIVEL	INSTITUCION	PAIS	PROVIN CIA
PRIMER	Escuela Fiscal "Ovidio Decroly"	Ecuad or	Tungurahu a
SECUNDA RIA	Unidad Educativa "Mario Cobo Barona"	Ecuad or	Tungurahu a
TERCER	Universidad Técnica de Cotopaxi	Ecuad or	Cotopaxi

TÍTULOS OBTENIDOS

INSTITUCIÓN	TÍTULO	LUGAR	FECHA DE REGISTRO
Unidad Educativa "Mario Cobo Barona"	Bachiller en Ciencias	Latacunga - Cotopaxi	2018
Universidad Técnica de Cotopaxi	Inglés B1	Latacunga - Cotopaxi	2022

CURSOS Y CAPACITACIONES REALIZADAS

Seminario de fotografía Turística **Universidad Técnica de Cotopaxi**

I Congreso Internacional de Difusión de metodologías y vinculación CAREN 2022

Universidad Técnica de Cotopaxi

III Edición diálogos virtuales de Turismo **Universidad Técnica de Cotopaxi**

FIRMA

Apéndice 3. Fichas Inventariadas

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																							
Código del atractivo:	1	8	0	1	5	9	M	C	0	1	0	2	0	3	0	0	1						
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo								
1. DATOS GENERALES																							
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																							
Iglesia San Antonio de Pasa																							
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo															
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ARQUITECTURA				INFRAESTRUCTURA CULTURAL															
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																							
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia															
TUNGURAHUA				AMBATO				PASA															
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal													
Centro				Antonio Jara				S/N		S/N													
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)															
-1.26895				-78.73153				2920 msnm															
2.11 Información del administrador																							
a. Tipo de Administrador: Privado				b. Nombre de la Institución: Diócesis de Ambato																			
c. Nombre del Administrador: Monseñor Geovanny Pazmiño				d. Cargo que ocupa: Monseñor																			
e. Teléfono / Celular: (+593)0983117068				f. Correo Electrónico: info@diocesisdeambato.org																			
Observaciones: texto																							
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																							
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Clima: Subhmedo				b. Temperatura(°C): 4°C-13 °C				c. Precipitación Pluviométrica (mm): 500mm															
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" 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 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"/>		10:00	14:00	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto															
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto															
Pagado <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto															
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:																							
Observaciones: Cuando no hay misa y se desea ingresar a la iglesia hay un número de contacto al cual se pueden comunicar																							
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): La Matriz																							
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		17.9	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: de 0:27 h/min		d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: -1.24211 Long.: -78.62884																	
Observaciones: Se toma como referencia el centro de la ciudad de Ambato a 27 minutos en vehículo																							
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"/>		-1.24211, -78.62884		-1.26903, -78.73143		17.9		Asfalto		Bueno											
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto													
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto													
Observaciones: texto																							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>		Marítimo <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Estado		Puerto / Muelle de Llegada		texto		Estado									
		Lacustre <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto											
		Fluvial <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto											
Observaciones: N/A																							

c. Aéreo (U)	<input type="checkbox"/>	Nacional:	<input type="checkbox"/>	Internacional:	<input type="checkbox"/>
Observaciones: N/A					
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta	<input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input 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 type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>
m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique Camioneta de alquiler	
Observaciones: El servicio de transporte se encuentra habilitado desde las 06:30 hasta las 17:00					
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)
			Día	Semana	Mensual
					Eventual
Ambateñita	Mercado Sur		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mercado Sur San Fernando					
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>					
General	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Física	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual	<input type="checkbox"/>
Discapacidad Auditiva	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible	<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: texto					
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Señalización de aproximación al atractivo	<input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular
				<input type="checkbox"/>	Malo
					<input type="checkbox"/>
Observaciones: Existe señalética de la red vial provincial para llegar a la Parroquia Pasa					
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 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"/>	0	0	0	Hotel <input checked="" type="checkbox"/> 23 722 1444
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal <input checked="" type="checkbox"/> 46 788 1576
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería <input checked="" type="checkbox"/> 2 23 46
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística <input type="checkbox"/> 0 0 0
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge <input type="checkbox"/> 0 0 0
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort <input type="checkbox"/> 0 0 0
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio <input type="checkbox"/> 0 0 0
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico <input type="checkbox"/> 0 0 0
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/> 0 0 0
Observaciones: texto				Observaciones: Información obtenida del catastro turístico	
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"/>	1	5	20	Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> 304 953 3814
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/> 42 116 464
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares <input checked="" type="checkbox"/> 51 67 67
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda <input checked="" type="checkbox"/> 24 31 124
Observaciones: En la Parroquia existen pequeños negocios donde alimentarse				Observaciones: Información obtenida del catastro turístico	
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Agencias de Viaje	<input checked="" type="checkbox"/>
Agencias de Viaje	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0		Mayoristas	<input type="checkbox"/> 0
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0		Internacionales	<input checked="" type="checkbox"/> 28
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0		Operadoras	<input checked="" type="checkbox"/> 1
Observaciones: texto				Observaciones: Información obtenida del catastro turístico	
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	8
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
<input checked="" type="checkbox"/>	8	0	0	Aventura	0
Observaciones: texto				Observaciones:	

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)		
						B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/>	Punto de Información <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.23967, -78.62783	GADMA	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<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"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<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"/>	3	-1.26838, -78.73147	GAD Parroquial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto								
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 checked="" type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	
Especifique: texto					Especifique:			
Observaciones: En el centro de la ciudad se puede encontrar varios cajeros de los distintos bancos								
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 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: texto			
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: texto								
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: texto			
Observaciones: El centro parroquial alberga construcciones de viviendas históricas que reflejan la riqueza arquitectónica típica de la época colonial								

6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>								
a. Declarante:	INPC	b. Denominación:	Iglesia Patrimonial	b. Fecha de declaración:	10/09/2007	c. Alcance:	Nacional	
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"/>	Potable	Agua	<input checked="" type="checkbox"/>	Potable			
Especifique:	agua potable		Especifique:	agua potable				
Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica	<input checked="" type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público			
Especifique:	empresa EEASA		Especifique:	empresa EEASA				
Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red pública	Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red pública			
Especifique:	red pública		Especifique:	red pública				
Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>	Carro Recolector		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>	Carro Recolector				
Especifique:	GIDSA carro recolector		Especifique:	GIDSA carro recolector				
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	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	1	0	Iglesia San Antonio de Pasa	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>								
Observaciones: Existe señalización de la red vial provincial para llegar a la Parroquia Pasa								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" 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	0	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	5			
Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		1	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		3			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>		7			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: El Centro de Salud más cercano se encuentra en la parroquia calle S/n a 2 minutos de la Iglesia en vehículo								

7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle					
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		ECU 911				
c. Policía metropolitana / Municipal	<input checked="" type="checkbox"/>		COMSECA				
d. Otra	<input checked="" type="checkbox"/>		Cámaras de seguridad				
Observaciones: texto							
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 type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>	
Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>		
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>		
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>			
Observaciones: En el centro de la parroquia hay sitios donde alquilar internet y cabinas							
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: No dispone							
7.6 Multiamerazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input checked="" 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: de 0	
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: 2017	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD S)?				SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:	
texto							
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: texto							
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"/>	texto		
Observaciones: N/A							
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"/>	texto			
Observaciones: N/A							
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <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 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"/>	texto			
Observaciones: N/A							
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 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 checked="" type="checkbox"/>		m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>				
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>		Otro <input checked="" type="checkbox"/>		Apreciación de arquitectura		
Observaciones: Secundaria							

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)															
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique: Plan Cantonal de Turismo	
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística 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 checked="" type="checkbox"/>	URL: www.diocesisdeambato.com						Anual							
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: San Antonio de Pasa						Todas							
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto						Ninguna							
d. Material POP	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Tripticos						Anual							
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto						Ninguna							
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Radio de Quero						Anual							
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto						Ninguna							
h. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	youtube se realiza videos en youtube						Semestral							
Observaciones: texto															
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: texto	
Observaciones: texto															
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input 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: Mensual	
c. Temporalidad de visita al atractivo															
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	texto						Número de visitantes	0					
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	texto		0		0		Países de origen	texto		0					
	texto		0		0			texto		0					
	texto		0		0			texto		0					
Observaciones: texto															
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave										<input checked="" type="checkbox"/>					
Nombre del Informante Clave: Padre Nestor Manobanda					Contactos: (+593)2486146										
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>					Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>										
Lunes a viernes	5	Fines de semana	40	Días feriados	35	Permanente	<input checked="" type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente	<input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto															
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 checked="" type="checkbox"/> 10					d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/> 0										
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input checked="" 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	3	Secundaria	4	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0				
Tercer Nivel	3	Cuarto Nivel		Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0				
Otro	texto			Sensibilización discapacidades	de 0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto				
Observaciones: Colabora con las actividades de la Iglesia un grupo de personas voluntarias llamado el Grupo Juan XXIII															
13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO															
<p>La Iglesia San Antonio de Pasa fue diseñada por el Padre Brüning, fue construida desde 1938 hasta 1946 según consta en la placa de la piedra que se exhibe en la base de la fachada principal. Fue terminada completamente en 1949 después del terremoto ocurrido en ese año que no afecto a la construcción. La Iglesia responde a un estilo artístico romano, la fachada principal y los muros laterales son totalmente de piedra en los que resalta los arcos de medio punto para las ventanas.</p>															

14. ANEXOS		
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)		
		
Fuentes: Rose Tunja		
b. Ubicación gráfica del Atractivo		
		
Fuentes: https://www.google.com/maps/search/iglesia+san+antonio+de+pasa/@-1.268947,-78.7320667,203m/data=!3m1!1e3		
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)		
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre Diana Freire	Apellido y Nombre Paulina Avalos	Apellido y Nombre
Institución GAD Municipalidad Ambato	Institución Coordinación Zonal 3, Mintur	Institución
Cargo Jefe de la Unidad de Turismo	Cargo Especialista de Desarrollo Turístico Zonal	Cargo
Correo Electrónico dfreire@ambato.gob.ec	Correo Electrónico paulina.avalos@turismo.gob.ec	Correo Electrónico
Teléfono 032826315	Teléfono 032946-682	Teléfono
Firma 	Firma 032946-682	Firma
Fecha 01/03/2018	Fecha 22/02/2019	Fecha

CRITERIOS DE VALORACIÓN	RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA		
	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	12
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	10,2
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	14
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	9,1
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	3
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	2
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	0
TOTAL		100	61,3

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	8	0	1	5	9	M	C	0	1	0	2	0	3	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Centro Cultural Etnográfico Museo de Pasa																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ARQUITECTURA				INFRAESTRUCTURA CULTURAL									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
TUNGURAHUA				AMBATO				PASA									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal							
S/I				Rafael Arias				S/N		El Calvario							
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)									
-1.26711				-78.73223				3115 msnm									
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: Público				b. Nombre de la Institución: GADMA													
c. Nombre del Administrador: Abg. Jaime Camacho				d. Cargo que ocupa: Director de Cultura y Turismo													
e. Teléfono / Celular: (+593)0998397603				f. Correo Electrónico: jcamacho@ambato.gob.ec													
Observaciones: El atractivo se encuentra a cargo del GAD Municipalidad de Ambato a través de la Dirección de Cultura y Turismo																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima: Templado Humedo				b. Temperatura(°C): 11°-19°C				c. Precipitación Pluviométrica (mm): 500-1000mm									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" 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 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"/>	9:00	17:30:00 p. m.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Miércoles a Domingo										
Restringido <input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto										
Pagado <input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto										
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:		Se puede visitar cualquier mes del año															
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): La Matriz																	
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: 17,9 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 0:29 h/min		d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: -1.24222 Long.: -78.62921													
Observaciones: Se toma como referencia el Parque Montalvo																	
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"/>	-1.24240, -78.62938		-1.24855 -78.62805		17,9 km		Asfalto		Bueno						
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	0		0		0		texto								
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	0		0		0		texto								
Observaciones: texto																	
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>		Marítimo <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		Puerto / Muelle de Llegada		Estado									
		Lacustre <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		Puerto / Muelle de Llegada		Estado									
		Fluvial <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		Puerto / Muelle de Llegada		Estado									
Observaciones: N/A																	





c. Aéreo (U)	<input type="checkbox"/>	Nacional:	<input type="checkbox"/>	Internacional:	<input type="checkbox"/>
Observaciones: N/A					
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta	<input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input 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 type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>
m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique Camioneta	
Observaciones: El transporte se servicio público se puede hacer uso a partir de las 06:30 hasta las 17:00 desde el Mercado Sur					
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			
		Diana	Semanal	Mensual	Eventual
COOP. Ambateñita	Mercado Sur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Detalle (Traslado origen / destino)					
Pasa San Fernando					
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>					
General	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Física	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual	<input type="checkbox"/>
Dicapacidad Auditiva	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible	<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: Existe una rampa para silla de ruedas					
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Señalización de aproximación al atractivo	<input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular
				<input type="checkbox"/>	Malo
					<input type="checkbox"/>
Observaciones: Existe señalética de de direccionamiento de la Red Vial Provincial a la parroquia Pasa					
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 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"/>	0	0	0	Hotel <input checked="" type="checkbox"/> 23 722 1444
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal <input checked="" type="checkbox"/> 46 788 1576
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería <input type="checkbox"/> 0 0 0
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística <input type="checkbox"/> 0 0 0
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge <input type="checkbox"/> 0 0 0
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort <input type="checkbox"/> 0 0 0
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio <input type="checkbox"/> 0 0 0
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico <input type="checkbox"/> 0 0 0
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/> 0 0 0
Observaciones: ExiSte La Posada de Mamá Lida				Observaciones: Se ha tomado como referencia datos del catastro turístico	
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"/>	0	0	0	Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/> 304 953 3814
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/> 42 116 464
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares <input checked="" type="checkbox"/> 51 67 127
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda <input checked="" type="checkbox"/> 24 31 124
Observaciones: texto				Observaciones: Se ha tomado como referencia datos del catastro turístico	
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje <input checked="" type="checkbox"/>
					Establecimientos registrados
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			Mayoristas <input type="checkbox"/> 0
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			Internacionales <input checked="" type="checkbox"/> 28
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras <input checked="" type="checkbox"/> 1
Observaciones: texto				Observaciones: Se ha tomado como referencia datos del catastro turístico	
Guia	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones: texto					

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" 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"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.26708, -78.73220	GADMA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.267123, -78.732042	GADMA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones: texto							
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"/>		
Caja de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>		Caja de cambio <input checked="" type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	
Especifique: texto				Especifique: texto			
Observaciones: En el centro de la ciudad Ambato se puede encontrar cajeros de los distintos Bancos así como el mercado artesanal donde se puede adquirir artesanía del Cantón							
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO <input checked="" type="checkbox"/>							
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>	
6.1 Atractivo (U) <input 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: El Museo conserva las características físicas y arquitectónicas desde su construcción original							
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"/>	c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Clima <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
					d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <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"/>
					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"/>
Otro <input type="checkbox"/>				Especifique: texto			
Observaciones: texto							
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: texto							
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"/>	c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Clima <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
					d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <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"/>
					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"/>
Otro <input type="checkbox"/>				Especifique: texto			
Observaciones: El centro parroquial alberga construcciones de viviendas históricas que reflejan la riqueza arquitectónica típica de la época colonial							

6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>									
a. Declarante: <input type="text"/>		b. Denominación: <input type="text"/>		b. Fecha de declaración: <input type="text"/>		c. Alcance: <input type="text"/>			
Observaciones: <input type="text" value="No cuenta con alguna declaratoria"/>									
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="text" value="Potable"/>			Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text" value="Potable"/>				
Especifique: <input type="text" value="EMAPA"/>				Especifique: <input type="text" value="EMAPA"/>					
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text" value="Red eléctrica de servicio público"/>			Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text" value="Red eléctrica de servicio público"/>				
Especifique: <input type="text" value="EEASA"/>				Especifique: <input type="text" value="EEASA"/>					
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text" value="Red pública"/>			Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text" value="Red pública"/>				
Especifique: <input type="text" value="texto"/>				Especifique: <input type="text" value="texto"/>					
Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text" value="Carro Recolector"/>			Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text" value="Carro Recolector"/>				
Especifique: <input type="text" value="GIDSA"/>				Especifique: <input type="text" value="GIDSA"/>					
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>									
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 type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems de sitio	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems direccionales	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	4	0	<input type="text" value="No extraer flora y fauna"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Mesas interpretativas	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótem de sitio	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input checked="" type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Normativos de concienciación	0	0	2	<input type="text" value="Vidrio"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Señalética interna de seguridad <input checked="" type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	1	0	<input type="text" value="Un lugar limpio es un lugar seguro"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Otros <input type="checkbox"/>	<input type="text" value="texto"/>								
Observaciones: <input type="text" value="Existe señalética de de direccionamiento de la Red Vial Provincial"/>									
7.3 Salud (más cercano) (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"/>					
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0		Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	3			
Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		1		Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		2			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0		Dispensario médico <input type="checkbox"/>					
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0		Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0		Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: <input type="text" value="En la Parroquia Pasa existe un Centro de Salud Tipo B a 1 km del Museo"/>									

7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto			
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		ECU 911			
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto			
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto			
Observaciones:						
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <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: No se dispone de radios						
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input checked="" type="checkbox"/>		Incendios forestales <input checked="" 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. texto		Nombre del documento: texto		Año de elaboración: de 0
Observaciones: El GAD Municipalidad de Ambato a través de la Unidad de Seguridad Física se encuentra realizando el Plan Contingencia						
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: 2017		
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Especifique:		
Se esta desarrollando un proyecto de fortalecimiento para el Museo						
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:		
texto						
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Especifique:		
Ordenanza que regula la ejecución de la Fiesta de la Fruta y de las Flores						
Observaciones: En la Ordenanza manifiesta que en las Quintas Patrimoniales y Casas Museo se realizarán eventos culturales y artísticos que resalten la historia y tradición de la Ambateñidad.						
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"/>	texto	
Observaciones: N/A						
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"/>	texto		
Observaciones: N/A						
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <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 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"/>	texto		
Observaciones: N/A						

9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/>									
9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Recorridos guiados <input checked="" type="checkbox"/>			b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>			c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>			
h. Participación en talleres artísticos <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>			f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input checked="" type="checkbox"/>			i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>			
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>			m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>			
n. Convivencia <input type="checkbox"/>			o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>			Otro <input type="checkbox"/> texto			
Observaciones: texto									
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)									
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: Plan de Marketing Turístico									
¿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 checked="" type="checkbox"/>			URL: www.ambato.gob.ec				Ninguna		
b. Red Social <input checked="" type="checkbox"/>			Nombre: Cultura Ambato				Mensual		
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>			Nombre: texto				Ninguna		
d. Material POP <input checked="" type="checkbox"/>			Nombre: Tripticos				Anual		
e. Oficina de Información Turística <input checked="" type="checkbox"/>			Nombre: Centro Cultural Eugenia Mera				Todas		
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input checked="" type="checkbox"/>			Nombre: El Heraldo				Anual		
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>			Nombre: texto				Ninguna		
h. Otro <input type="checkbox"/>			Nombre: texto				Ninguna		
Observaciones: texto									
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: texto									
Observaciones: texto									
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input checked="" type="checkbox"/>									
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input checked="" type="checkbox"/> Años de registro: 3									
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: Mensual									
c. Temporalidad de visita al atractivo									
Alta (meses) <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique	FEBRERO-MARZO				Número de visitantes	600	
Baja (meses) <input type="checkbox"/>			RESTO DEL AÑO					200	
d. Llegada de turistas									
<input checked="" type="checkbox"/> Turista nacional			Llegadas mensuales		Total anual		<input type="checkbox"/> Turista extranjero		
			Llegadas mensuales		Total Anual				
Ciudades de origen		Ambato		200-300		2000		Países de origen	
		texto		0		0			
		texto		0		0			
Observaciones: texto									
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input checked="" type="checkbox"/>									
Nombre del Informante Clave: Elizabeth Estrella					Contactos: (+593)0997370423				
Demanda según días de visita <input checked="" type="checkbox"/>					Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>				
Lunes a viernes 10		Fines de semana 15-30		Días feriados 200		Permanente <input checked="" type="checkbox"/>		Estacional <input type="checkbox"/>	
						Esporádica <input type="checkbox"/>		Inexistente <input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto									

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	SI					
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		2		d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>		0					
e. Número de personas con nivel de instrucción (M) <input checked="" 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	0	Secundaria	1	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0
Tercer Nivel	1	Cuarto Nivel		Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización discapacidades	de 0	Otro	texto	Chino	0	Otro	QUICHUA		
Observaciones: texto											
13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)											
Casona con arquitectura de adobe y barroco en donde sobresalen los techos de un metro de ancho, ventanas de madera, pisos de piedra pishilata, en sus salas muestra trajes típicos de las culturas indígenas de Tungurahua, piezas arqueológicas, agrícolas, herramientas precolombinas, máquinas de cocer que eran utilizados por los primeros camiseros del Ecuador y que fueron oriundos de Pasa.											
14. ANEXOS											
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)											
											
Fuentes: GOOGLE											
b. Ubicación gráfica del Atractivo											
											
Fuentes: https://www.google.com/maps/search/Centro+cultural+etnoogr%C3%A1fico+museo+de+Pasa/@-1.2670253,-78.7325983,339m/data=!3m1!1e3											
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)											
ELABORADO POR:			VALIDADO POR:			APROBADO POR:					
Apellido y Nombre	Diana Freire		Apellido y Nombre	Paulina Avalos		Apellido y Nombre					
Institución	GADMA		Institución	Coordinación Zonal 3, Mintur		Institución					
Cargo	Jefe de Unidad de Turismo		Cargo	Especialista de Desarrollo Turístico Zonal		Cargo					
Correo Electrónico	dfreire@ambato.gob.ec		Correo Electrónico	paulina.avalos@turismo.gob.ec		Correo Electrónico					
Teléfono	032826315		Teléfono	032946-682		Teléfono					
Firma			Firma	032946-682		Firma					
Fecha	14/04/2018		Fecha	22/02/2019		Fecha					

CRITERIOS DE VALORACIÓN	RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA		PONDERACIÓN	RESULTADO
	DESCRIPCIÓN			
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	12
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.		18	6
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	14
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	10,8
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	8
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.		9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.		7	2
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.		5	7
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.		5	0
TOTAL			100	68,8

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	8	0	1	0	6	A	N	0	3	0	2	0	3	0	0	5
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
TALLERES DE CAMISAS																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ACERVO_CULTURAL_Y_POPULAR				FERIAS Y MERCADOS									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
TUNGURAHUA				AMBATO				PASA									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal							
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales) Click				2.10 Altura (msnm)									
-1.26711				-78.73223				3.115									
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador:				Estudiante de Turismo				b. Nombre de la Institución:				Universidad Técnica de Cotopaxi					
c. Nombre del Administrador:				Cristina Mantilla				d. Cargo que ocupa:				Estudiante					
e. Teléfono / Celular:				0998930069				f. Correo Electrónico:				cristina.mantilla5751@utc.edu.ec					
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima:				TEMPLADO HUMEDO				b. Temperatura(°C):				11°C-19°C					
												c. Precipitación Pluviométrica (mm):		500-1000mm			
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" 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 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"/>	7:00	18:00	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	texto						
Restringido	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	texto						
Pagado	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	texto						
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:				Se puede visitar cualquier mes del año													
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):												La Matriz					
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		17.3	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:29	h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	-1.24421	Long.:	-78.7348674				
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"/>		-1.24421, -78.7348674		-1.266667, -78.7333		17.3km		Asfalto		Bueno					
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>															
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto							
Observaciones: Tener precaución en la vía debido a que existe derrumbes																	
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>		Marítimo <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Estado		Puerto / Muelle de Llegada		texto					
		Lacustre <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto					
		Fluvial <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto					
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. Buseta	<input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input 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 type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>
m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique Camionetas	
Observaciones: El transporte de servicio público se puede hacer uso a partir de las 06:30 hasta las 17:00 desde el mercado Sur.					
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)
			Día	Semana	Mensual
					Eventual
COOP. Ambateñita	Mercado Sur		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pasa-San Fernando					
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>				
Observaciones:					
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Señalización de aproximación al atractivo	<input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular
			<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
Observaciones: Falta de Señaletica					
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	
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Observaciones: Existe la Posada de Mamá Lida			Observaciones: Se ha tomado como referencia el catastro Turístico		
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Observaciones:			Observaciones: Se ha tomado como referencia datos del catastro turístico		
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Agencias de Viaje	<input checked="" type="checkbox"/>
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0		Mayoristas	<input type="checkbox"/>
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0		Internacionales	<input checked="" type="checkbox"/>
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0		Operadoras	<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones:			Observaciones: Se ha tomado datos del catastro turístico		
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
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"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	I-Tur <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Miradores <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Observaciones: El atractivo no cuenta con planta turística								
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 checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>			
Especifique: texto				Especifique: texto				
Observaciones: En la ciudad de Ambato existe cajeros y artesanías								
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 checked="" type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>					
Observaciones: no existe un control de cuidado al atractivo								
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 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 checked="" type="checkbox"/>	Potable	Agua	<input checked="" type="checkbox"/>	Potable			
Especifique:	EMAPA		Especifique:	EMAPA				
Energía eléctrica:	<input type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica	<input checked="" type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público			
Especifique:	EEASA		Especifique:	EEASA				
Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red pública	Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red pública			
Especifique:								
Disposición de desechos	<input checked="" type="checkbox"/>	Carro Recolector	Disposición de desechos	<input checked="" type="checkbox"/>	Carro Recolector			
Especifique:	GIDSA		Especifique:	GIDSA				
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	0	5	0	ubicación del atractivo	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	4	0	No extraer flora y fauna	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input checked="" type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	2	Vidrio	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de	Protección de los elementos del atractivo	0	1	0	Un lugar limpio es un lugar seguro	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input checked="" type="checkbox"/>				texto		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones: Existe señalética en la vía Pasa pero no en los atractivos.								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" 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	0	Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	0		
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>	1		
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico	<input type="checkbox"/>	0		
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>	0		
Otros	<input type="checkbox"/>		0	Otros	<input type="checkbox"/>	0		
Observaciones: En la parroquia pasa existe el Centro de Salud tipo B a 13.7km del atractivo								

7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		ECU911
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto
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 type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>
Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" 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: No se dispone de radios			
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input checked="" type="checkbox"/>
Inundaciones <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input checked="" 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: texto	Año de elaboración: de 0
Observaciones: El GAD Municipalidad de Ambato realiza Planes de Contingencia			
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"/>	texto		
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: texto			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <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 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: texto			

9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/>													
9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>													
a. Recorridos guiados	<input checked="" 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 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 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"/>	texto							
Observaciones:													
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)													
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: Plan turístico del GAD													
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística 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 checked="" type="checkbox"/>	Nombre: TRIPTICOS											
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: GAD PARROQUIAL PASA											
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 type="checkbox"/> Especifique: texto													
Observaciones:													
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input 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	0							
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:			ANUAL							
c. Temporalidad de visita al atractivo													
Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique	ENERO-JUNIO				Número de visitantes	200-600					
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		JULIO A DICIEMBRE					0					
d. Llegada de turistas													
<input checked="" type="checkbox"/>	Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/>	Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual						
Ciudades de origen	AMBATO	50	600	Países de origen	texto	0	0						
Observaciones:													
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input checked="" type="checkbox"/>													
Nombre del Informante Clave: SR. JAIME PACHA				Contactos: 0991555910									
Demanda según días de visita <input checked="" type="checkbox"/>					Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>								
Lunes a viernes	0	Fines de semana	20	Días feriados	100	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 checked="" type="checkbox"/>					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 checked="" type="checkbox"/>			g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input checked="" type="checkbox"/>					
Primaria	0	Secundaria	2	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0		
Tercer Nivel	2	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	2	Francés	0	Italiano	0		
Otro	texto			Sensibilización discapacidades	de 0	Otro	texto	Chino	0	Otro	KIWCHA		
Observaciones:													

13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

Pasa ha sido reconocida principalmente como tierra de las camisas, elaboradas por los artesanos de la parroquia, existen pequeños talleres de confección donde se elaboran camisas, blusas formales y sport.

14. ANEXOS**a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)**

Fuente: TOMADO POR MIRIAM MARTÍNEZ

c. Ubicación gráfica del Atractivo

Fuente: GOOGLE MAPS

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Cristina Mantilla	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	Universidad Técnica de Cotopaxi	Institución		Institución	
Cargo	Estudiante de Turismo	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	cristina.mantilla5751@utc.edu.ec	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	(589) 998930069	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	26/12/2022	Fecha		Fecha	

CRITERIOS DE VALORACIÓN	RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA		
	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	12
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	6
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	15
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	9,9
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	3
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	2
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	4
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	3
TOTAL		100	63,9

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																											
Código del atractivo:	1	8	0	1	0	6	A	N	0	3	0	2	0	3	0	0	4										
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo												
1. DATOS GENERALES																											
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																											
LAGUNA SIQUIBULO																											
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo															
ATRATIVOS_NATURALES						AMBIENTES_LACUSTRES						LAGO															
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																											
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia															
TUNGURAHUA						AMBATO						PASA															
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal						2.6 Número			2.7 Transversal												
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales)						2.10 Altura (msnm)															
1° 15' 43" S						78° 44' 39"						4.465 msnm															
2.11 Información del administrador																											
a. Tipo de Administrador:				Estudiante de Turismo				b. Nombre de la Institución:				Universidad Técnica de Cotopaxi															
c. Nombre del Administrador:				Cristina Mantilla				d. Cargo que ocupa:				Estudiante															
e. Teléfono / Celular:				0998930069				f. Correo Electrónico:				cristina.mantilla5751@utc.edu.ec															
Observaciones:																											
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																											
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																											
a. Clima:				Frio				b. Temperatura(°C):				10°C				c. Precipitación Pluviométrica (mm):				500-100mm							
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																											
a. Cultura						b. Naturaleza						c. Aventura															
<input type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>															
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																											
a. Pristino				b. Primitivo				c. Rústico Natural				d. Rural				e. Urbano											
<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>				<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"/>	7:00	18:00	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto														
Restringido		<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto														
Pagado		<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto														
d. Maneja un sistema de reservas:				<input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:				Efectivo				Dinero Electrónico				Depósito Bancario				Tarjeta de Débito			
e. Precio:				Desde 0,00		Hasta 0,00		Tarjeta de Crédito				Transferencia Bancaria				Cheque											
g. Meses recomendables de visita:				Se puede visitar cualquier mes del año																							
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):												Comunidad tiliví															
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:			13,7 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:			de 4:00 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):			Lat.: -1.24421		Long.: -78.7348674												
Observaciones:																											
4.2 Vías de Acceso (M) <input type="checkbox"/>																											
a. Terrestre (M)		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado															
		a. Primer orden		<input type="checkbox"/>				0		0		texto															
		b. Segundo orden		<input checked="" type="checkbox"/>		-1.24421, -78.7348674		-1.26667, -78.7333		18.4km		lastrada		Regular													
		c. Tercer orden		<input type="checkbox"/>		0		0		0		texto															
Observaciones: Tener precaucion en la via debido a que existe derrumbes																											
b. Acuático (U)		Marítimo		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Estado		Puerto / Muelle de Llegada		texto		Estado											
		Lacustre		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto													
		Fluvial		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto													
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. Buseta	<input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input type="checkbox"/>
d. Taxi	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>
m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique Camionetas	
Observaciones: El transporte de servicio público se puede hacer uso a partir de las 06:30 hasta las 17:00 desde el mercado Sur.					
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			
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual
COOP. Ambateñita	Mercado Sur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Detalle (Traslado origen / destino)					
Pasa-San Fernando					
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 checked="" type="checkbox"/>				
Observaciones:					
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Señalización de aproximación al atractivo	<input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular
				<input checked="" type="checkbox"/>	Malo
					<input type="checkbox"/>
Observaciones: Falta de Señaletica					
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	
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Observaciones: Existe la Posada de Mamá Lida				Observaciones: Se ha tomado como referencia el catastro Turístico	
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	304	953	3814	
Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	42	116	464	
Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	51	67	127	
Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	24	31	124	
Observaciones:				Observaciones: Se ha tomado como referencia datos del catastro turístico	
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Agencias de Viaje	<input checked="" type="checkbox"/>
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0		Mayoristas	<input type="checkbox"/>
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0		Internacionales	<input checked="" type="checkbox"/>
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0		Operadoras	<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones:				Observaciones: Se ha tomado datos del catastro turístico	
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
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"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardianía <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Observaciones: El atractivo no cuenta con planta turística								
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 <input type="checkbox"/>	Y	<input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías <input checked="" type="checkbox"/>	Y	<input checked="" type="checkbox"/>	
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Especifique: texto				Especifique: texto				
Observaciones: En la ciudad de Ambato existe cajeros y artesanías								
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 checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>					
Observaciones: No es alterado con ningún tipo de infraestructura								
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 checked="" 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: No existe señalética al ingresar al atractivo								
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: Abundancia de naturaleza								
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 checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Agua: <input checked="" type="checkbox"/> Potable	Agua <input checked="" type="checkbox"/> Potable							
Especifique: EMAPA	Especifique: EMAPA							
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público							
Especifique: EEASA	Especifique: EEASA							
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> Red pública	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> Red pública							
Especifique: GIDSA	Especifique: GIDSA							
Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/> Carro Recolector	Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/> Carro Recolector							
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 type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	4	0	No extraer flora y fauna	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input checked="" type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	2	Vidrio	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input checked="" type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	1	0	Un lugar limpio es un lugar seguro	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones: Existe señalética en la via Pasa pero no en los atractivos.								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" 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	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	0				
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>	1				
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>	0				
Botiquin de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquin de primeros auxilios <input type="checkbox"/>	0				
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>	0				
Observaciones: En la parroquia pasa existe el Centro de Salud tipo B a 13.7km del atractivo								

7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto			
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		ECU911			
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto			
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto			
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 checked="" type="checkbox"/>		
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>	
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	
Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones: No existe señal dentro del atractivo						
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: No se dispone de radios						
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input checked="" type="checkbox"/>		Incendios forestales <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento.	texto	Nombre del documento:	texto	Año de elaboración: de 0
Observaciones: El GAD Municipalidad de Ambato se encuentra realizando Planes de Contingencia						
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:		
Es un atractivo que forma parte del desarrollo turístico de la parroquia Pasa						
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 checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Ordenanza que regula la ejecución de la Fiesta de las Flores y Frutas						
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 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"/>	texto	
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"/>	texto		
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 type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input checked="" type="checkbox"/>	i. Caminata <input checked="" 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"/>	texto		
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"/>	texto	
Observaciones:							
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)							
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: Plan de marketing turístico							
¿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 checked="" type="checkbox"/>	Nombre: TRIPTICOS					
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: GAD PARROQUIAL PASA					
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: texto							
Observaciones:							
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input checked="" 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 0							
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: ANUAL							
c. Temporalidad de visita al atractivo							
Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique	ENERO-JUNIO			Número de visitantes	200-600
Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>		JULIO A DICIEMBRE				0
d. Llegada de turistas							
<input checked="" type="checkbox"/>	Turista nacional		Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/>	Turista extranjero	
						Llegadas mensuales	Total Anual
Ciudades de origen	AMBATO	50	600	Países de origen	texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
Observaciones:							
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input checked="" type="checkbox"/>							
Nombre del Informante Clave: SR. JAIME PACHA				Contactos: 0991555910			
Demanda según días de visita <input checked="" type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>			
Lunes a viernes	0	Fines de semana	20	Días feriados	100	Permanente	<input type="checkbox"/>
				Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>
				Inexistente	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:							

12. RECURSO HUMANO										SI	NO	SI/
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>			g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input checked="" type="checkbox"/>						
Primaria	0	Secundaria	2	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0	
Tercer Nivel	2	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	2	Francés	0	Italiano	0	
Otro	texto			Sensibilización discapacitados	de	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	KIWCHA
Observaciones:												
13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)												
La Laguna de Siquibulo es un lago en Ecuador y tiene una altitud de 3.945 metros. La laguna esta situada cerca de la aldea Llangahua y del pueblito San Fernando.												
14. ANEXOS												
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)												
Fuente: TOMADO POR CRISTINA MANTILLA												
c. Ubicación gráfica del Atractivo												
Fuente: GOOGLE MAPS												
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)												
ELABORADO POR:				VALIDADO POR:				APROBADO POR:				
Apellido y Nombre		CRISTINA MANTILLA		Apellido y Nombre				Apellido y Nombre				
Institución		UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI		Institución				Institución				
Cargo		ESTUDIANTE DE TURISMO		Cargo				Cargo				
Correo Electrónico		cristina.mantilla5751@utc.edu.ec		Correo Electrónico				Correo Electrónico				
Teléfono		(589) 998930069		Teléfono				Teléfono				
Firma				Firma				Firma				
Fecha		26/12/2022		Fecha				Fecha				

CRITERIOS DE VALORACIÓN	RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA		PONDERACIÓN	RESULTADO
	DESCRIPCIÓN			
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	8
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.		18	6
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	14
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	10,3
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	5
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.		9	3
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.		7	2
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.		5	4
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.		5	3
TOTAL			100	55,3

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																			
Código del atractivo:	1	8	0	1	0	6	A	N	0	3	0	2	0	3	0	0	4		
	Provincia			Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo			
1. DATOS GENERALES																			
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																			
LAGUNA LARCAPAMBA																			
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo							
ATRATIVOS_NATURALES						AMBIENTES_LACUSTRES						LAGUNA							
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																			
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia							
TUNGURAHUA						AMBATO						PASA							
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal						2.6 Número			2.7 Transversal				
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales) Click						2.10 Altura (msnm)							
-1.25 S						-78.8 O						3.945 msnm							
2.11 Información del administrador																			
a. Tipo de Administrador: Estudiante de Turismo						b. Nombre de la Institución: Universidad Técnica de Cotopaxi													
c. Nombre del Administrador: Cristina Mantilla						d. Cargo que ocupa: Estudiante													
e. Teléfono / Celular: 0998930069						f. Correo Electrónico: cristina.mantilla5751@utc.edu.ec													
Observaciones:																			
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																			
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Clima: Frío						b. Temperatura(°C): 10°C						c. Precipitación Pluviométrica (mm): 500-100mm							
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"/>		7:00	18:00	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto							
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto							
Pagado <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto							
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:						Se puede visitar cualquier mes del año													
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):												Comunidad tilivi							
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		1 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0.05 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	-1.24421	Long.:	-78.7348674								
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 type="checkbox"/>				0		0		texto									
		b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>		-1.24421, -78.7348674		-1.26667, -78.7333		18.4km		lastrada		Regular							
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto									
Observaciones: Tener precaución en la vía debido a que existe derrumbes																			



b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado		Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto	
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. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input 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 type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>			
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique Camionetas						
Observaciones: El transporte de servicio público se puede hacer uso a partir de las 06:30 hasta las 17:00 desde el mercado Sur.								
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)			
		Día	Semanal	Mensual	Eventual			
COOP. Ambateñita	Mercado Sur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Pasa-San Fernando		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>					
Observaciones:								
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input checked="" type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>				
Observaciones: Falta de Señaletica								
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 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 type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	
Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel <input checked="" type="checkbox"/>	23	722	1444	
Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal <input checked="" type="checkbox"/>	46	788	1576	
Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0	
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística <input checked="" type="checkbox"/>	1	15	120	
Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge <input checked="" type="checkbox"/>	1	10	30	
Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0	
Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0	
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0	
Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0	
Observaciones: Existe la Posada de Mamá Lida				Observaciones: Se ha tomado como referencia el catastro Turístico				
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"/>	0	0	0	Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/>	304	953	3814	
Cafeterías <input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/>	42	116	464	
Bares <input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares <input checked="" type="checkbox"/>	51	67	127	
Fuentes de soda <input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda <input checked="" type="checkbox"/>	24	31	124	
Observaciones:				Observaciones: Se ha tomado como referencia datos del catastro turístico				
Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			
Mayoristas <input type="checkbox"/>	0			Mayoristas <input type="checkbox"/>	0			
Internacionales <input type="checkbox"/>	0			Internacionales <input checked="" type="checkbox"/>	28			
Operadoras <input type="checkbox"/>	0			Operadoras <input checked="" type="checkbox"/>	1			
Observaciones:				Observaciones: Se ha tomado datos del catastro turístico				

Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
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"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardianía	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
Observaciones: El atractivo no cuenta con planta turística											
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 checked="" type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique: texto						Especifique: texto					
Observaciones: En la ciudad de Ambato existe cajeros y artesanías											
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: no existe un control de cuidado al atractivo											
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 checked="" 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: No existe señalética al ingresar al atractivo											
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: Cuidado del infreso al atractivo											
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 checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Agua:	<input checked="" type="checkbox"/>	Potable	Agua:	<input checked="" type="checkbox"/>	Potable				
Especifique:	EMAPA		Especifique:	EMAPA					
Energía eléctrica:	<input type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público				
Especifique:	EEASA		Especifique:	EEASA					
Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red pública	Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red pública				
Especifique:			Especifique:						
Disposición de desechos:	<input checked="" type="checkbox"/>	Carro Recolector	Disposición de desechos:	<input checked="" type="checkbox"/>	Carro Recolector				
Especifique:	GIDSA		Especifique:	GIDSA					
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	0	5	0	ubicación del atractivo	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	4	0	No extraer flora y fauna	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Letreros informativos <input checked="" type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Normativos de concienciación	0	0	2	Vidrio	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Señalética interna de seguridad <input checked="" type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	1	0	Un lugar limpio es un lugar seguro	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Otros <input type="checkbox"/>	texto								
Observaciones: Existe señalética en la vía Pasa pero no en los atractivos.									
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" 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	0	Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	0			
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>	1			
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico	<input type="checkbox"/>	0			
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>	0			
Otros	<input type="checkbox"/>		0	Otros	<input type="checkbox"/>	0			
Observaciones: En la parroquia pasa existe el Centro de Salud tipo B a 13.7km del atractivo									

7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		ECU911
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/> Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/> Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/> Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/> Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/> Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/> Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>	Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: No existe señal dentro del atractivo			
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: No se dispone de radios			
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input checked="" type="checkbox"/> Incendios forestales <input checked="" 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:	texto
		Nombre del documento:	texto
		Año de elaboración:	de 0
Observaciones: El GAD Municipalidad de Ambato realiza Planes de Contingencia			
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 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"/> texto
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"/> texto
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 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"/> texto
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"/>	texto	
Observaciones:							
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)							
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: Plan turístico del GAD							
¿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 checked="" type="checkbox"/>	Nombre: TRIPTICOS					
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: GAD PARROQUIAL PASA					
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: texto							
Observaciones:							
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input 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: 0							
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: ANUAL							
c. Temporalidad de visita al atractivo							
Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique	ENERO-JUNIO			Número de visitantes	200-600
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		JULIO A DICIEMBRE				0
d. Llegada de turistas							
<input checked="" type="checkbox"/> Turista nacional		Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero		Llegadas mensuales	Total Anual
Ciudades de origen	AMBATO	50	600	Países de origen	texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
Observaciones:							
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input checked="" type="checkbox"/>							
Nombre del Informante Clave: SR. JAIME PACHA				Contactos: 0991555910			
Demanda según días de visita <input checked="" type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita <input checked="" type="checkbox"/>			
Lunes a viernes	0	Fines de semana	20	Días feriados	100	Permanente	<input checked="" type="checkbox"/>
				Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>
				Inexistente	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:							

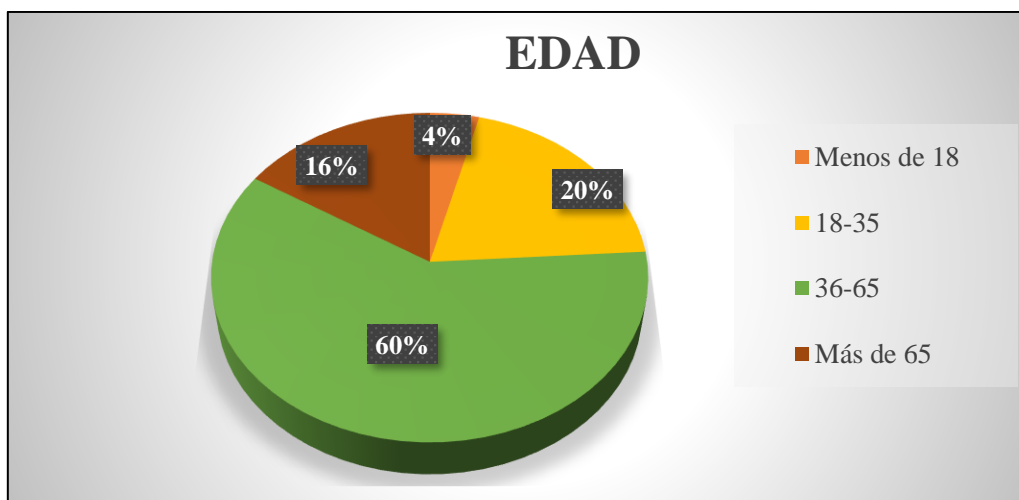
12. RECURSO HUMANO										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo					<input checked="" type="checkbox"/>	2	d. Número de personas especializadas en turismo					<input type="checkbox"/>	0			
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):					<input type="checkbox"/>	f. Número de personas capacitadas por temática (M)					<input checked="" type="checkbox"/>	g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)				<input checked="" type="checkbox"/>
Primaria	0	Secundaria	2	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0					
Tercer Nivel	2	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	2	Francés	0	Italiano	0					
Otro	texto			Sensibilización de discapacidades	de	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	KIWCHA				
Observaciones:																
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)																
La laguna de Larcapamba, se debe acercar primero a la parroquia Pasa donde se puede hacer turismo y degustar de comida típica de la zona, desde Ambato a Pasa se puede transportar en bus de cooperativa, o en camionetas una vez que se encuentre en Pasa se puede dirigir a la Laguna a pie o a Caballo.																
14. ANEXOS																
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)																
																
Fuente: TOMADO POR MIRIAM MARTÍNEZ																
c. Ubicación gráfica del Atractivo																
																
Fuente: GOOGLE MAPS																
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)																
ELABORADO POR:					VALIDADO POR:					APROBADO POR:						
Apellido y Nombre					Apellido y Nombre					Apellido y Nombre						
Cristina Mantilla																
Institución					Institución					Institución						
Universidad Técnica de Cotopaxi																
Cargo					Cargo					Cargo						
Estudiante de Turismo																
Correo Electrónico					Correo Electrónico					Correo Electrónico						
cristina.mantilla5751@utc.edu.ec																
Teléfono					Teléfono					Teléfono						
(589) 998930069																
Firma					Firma					Firma						
Fecha					Fecha					Fecha						
26/12/2022																

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	8
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	4,5
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	10
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	9,9
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	3
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	3
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	2
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	4
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	3
TOTAL		100	47,4

Apéndice 4. Encuesta

Figura 39

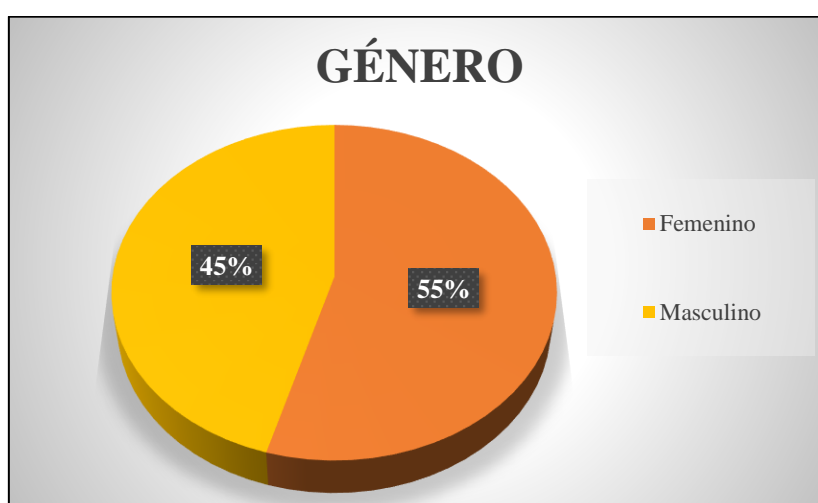
Edad



En la encuesta se muestra claramente que el 4% de los encuestados son menores de 18 años, debido a la migración solo el 20% de las personas están entre 18-35 años quienes viven en las comunidades, mientras que un 60% de personas son de edad de 36-65 y un 16% son aquellos de 65 años en adelante (Figura 34).

Figura 40

Género



Del total de 200 encuestas, 109 son mujeres lo que representa un 55%, y los 91 son hombres que corresponde al 45% restante (Figura 35).

Tabla 21*Cronograma aplicación de Encuestas*

Día	Hora	Lugar	Nº de Encuestados
15/12/2022	8:30-10:30	Parroquia pasa centro	10
15/12/2022	8:30-10:30	Comunidad Punguloma	1
15/12/2022	8:30-10:30	Comunidad Chillipata	1
15/12/2022	10:00-12:00	Comunidad Lirio	10
15/12/2022	12:00-13:00	Comunidad Mogato	3
15/12/2022	14:00-15:00	Entrevista Gad Parroquia-Información Turística	2
15/12/2022	15:00-16:00	Comunidad Tíliví	17
15/12/2022	16:00-17:00	Comunidad Castillo	3
16/12/2022	8:00-9:00	Comunidad Lirio	10
16/12/2022	9:00-10:00	Comunidad Cuatro Esquinas	5
16/12/2022	10:00-11:00	Comunidad Castillo	6
17/12/2022	10:00-12:00	Comunidad Tiliví	19
17/12/2022	13:00-15h00	Comunidad Mogato	24
17/12/2022	13:00-15h00	Comunidad Punguloma	5
17/12/2022	13:00-15h00	Comunidad Chillipata	5
17/12/2022	13:00-15h00	Comunidad Llullalo	10
17/12/2022	13:00-15h04	Comunidad Pucaucho	10
18/12/2022	10:30-12h00	comunidad Castillo	26
18/12/2022	12:00-13h00	Comunidad Chillipata	13
18/12/2022	13:00-14:30	Comunidad Llullalo	10
18/12/2022	15:00-16:30	Comunidad Pucaucho	10
TOTAL			200

Apéndice 5. Evidencia Fotográfica de Salida de Campo







UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI**FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES****CARRERA DE TURISMO**

La entrevista está dirigida a personas profesionales vinculadas a la actividad turística dentro del territorio, con la finalidad de determinar los sitios que se conocen en la parroquia de Pasa.

Nombre del entrevistado/a: Jaime Pacha

Edad: 41

1.- Género

Femenino

Masculino

2.- Lugar de residencia

Comunidad Llullalo

3.- ¿El GAD Parroquial de Pasa cuenta con un registro de atractivos turísticos?

Nosotros somos unas de las primeras parroquias de la Provincia de Tungurahua que hizo el lanzamiento de la ruta turística, con el nombre “Pasa un encanto por conocer”.

Dentro de la ruta Pasa un encanto por conocer, consta de la llegada del turista a Pasa visita la Iglesia, el museo Etnográfico, las Casas Patrimoniales, y también hace el recorrido del páramo hasta el Bosque de Polylepis hasta llegar a las faldas del Casahuala.

4.- ¿Existe información Turística sobre los atractivos turísticos?

Si, efectivamente nosotros como una de las estrategias para promover el turismo, implementamos un punto de información turística, que es el Gobierno Parroquial, que en este momento está en funcionamiento, entonces que es lo que hace este punto de información, lógicamente informa y también le da lianza asistida a las personas que visitan, les indican los potenciales turísticos, y en este punto de información turística nosotros llevamos fichas de las

personas que visitan la parroquia, que actividades van hacer para nosotros es bastante importante esta información y también la estadística que se lleva a cabo es bastante halagadora para nosotros porque empezamos a realizar algunas estrategias para promover el turismo, vimos cómo hubo un incremento de afluencia de turistas, este punto de información funciona los fines de semana y días feriados.

5.- ¿Cuáles son los atractivos que usted conoce en la parroquia Pasa?

Tenemos la Iglesia que es un patrimonio arquitectónico, una de las iglesias más antiguas de la provincia de Tungurahua, construida en su mayor parte de piedra, y resistió el terremoto de Ambato en el año 1942. También tenemos el Museo Etnográfico, donde se recoge toda la historia de Pasa la vestimenta, las herramientas, los utensilios, la maquinaria que utilizaban años atrás nuestros antepasados. Tenemos las Casas Patrimoniales, también los talleres artesanales de camisas en la parte alta tenemos los páramos, ahí también tenemos nuestras comunidades que varios compañeros elaboran artículos de Totoras como son: los ventiladores, esteras, otro tipo de objetos con paja, sombreros, recipientes para los cubiertos, shigras, cabrestos otros tipos de tejidos, en la parte más alta tenemos todo lo que es los páramos, la casa doméstica, todo lo que es la flora la fauna, tenemos una vía totalmente de primera orden, asfaltada en todo lo que es el páramo hasta llegar al Cerro Casahuala, tenemos pequeños riachuelos, la laguna de Siquibulo, el Bosque Polylepys, el Cerro Ilillagua y la Laguna de Larcapamba.

6.- ¿De los atractivos que existen en la Parroquia Pasa, ¿Cuál cree que tiene mayor potencial y por qué?

Nosotros dentro de nuestro Plan de desarrollo realizamos un diagnóstico, y ahí se identificaron las posibles rutas de turismo a implementar, una ruta de turismo es aquí en el Casco Central, donde tenemos de cierta manera todos los servicios y una lista para poder ofrecer al visitante,

aquí tenemos la iglesia, las casas patrimoniales, tenemos el Museo, tenemos los talleres artesanales, tenemos también los lugares de servicios de alimentación, también tenemos los lugares que ofertan el hospedaje, claro está no en una gran cantidad, pero si como para unas 14 personas que dan el servicio de hospedaje, entonces como ve aquí en el casco central hay todas las condiciones para promover el tema de turismo. Ahora que sí, lo que estamos un poquito limitado es el turismo comunitario ya en la comunidad, porque si hay un potencial natural, las lagunas, los mismos cerros, pero lo que nos hace falta aquí es un poquito de tema de servicios, entonces ahí estamos trabajando, otro nivel de turismo en el que identificamos es el servicio de turismo en el Cerro Casahuala, pero ahí lo que nos falta es todo el tema de servicios, personal encargado de recibir al turista.

7.- ¿Qué elementos considera determinantes para fomentar el desarrollo turístico en la parroquia y por qué?

Uno de los aspectos principales y con los cuales nosotros hemos venido trabajando, a Pasa se le conoce como la tierra de las camisas, esto a una persona de afuera le da una percepción de que llega a Pasa y va a encontrar un almacén de camisas en todo su entorno, entonces nosotros hemos estado trabajando en algunos procesos con los compañeros artesanos, con el afán de que ellos puedan implementar en sus mismas casas unos puntos adecuados de comercialización de las camisas, que puedan ofertar ahí sus productos para quienes visitan, se ha querido promover las ferias y expo-ferias, que solían realizar los artesanos los fines de semana, el problema es que el artesano al salir a la feria lo que quiere es vender el producto y la mayor parte de las expo-ferias es más para exhibir, promocionar. El artesano al no vender sus productos se va desmotivando no tiene mucho interés. ¿Qué es lo que necesitamos? Que la gente se empodere sepa que en Pasa se puede hacer turismo y eso sería uno de los principales ligamientos para poder ir generando interés en la localidad.

8.-¿Qué acciones se han tomado en el GAD para el desarrollo del turismo?

Nosotros como institución pública como autoridades realizamos estrategias de promoción de posicionamiento de los mismos productos turísticos que tiene la parroquia, pero hemos visto es que nos hace falta el empoderamiento de la gente es decir que la gente se interese en temas de turismo. Nosotros planificamos eventos mediáticos como es el primer desfile de modas que se llamaba “Pasa para el mundo” era un desfile de camisas. Y otra de las cosas que hemos logrado es insertarnos en las Fiestas de las flores y las frutas. Tenemos una actividad dentro de ese programa general de las fiestas, eso también nos permite traer gente acá a la parroquia Pasa y darnos a conocer y dinamizar de a poco la economía de nuestra gente.

9.- Existe productos turísticos diseñados? ¿Si los hay, cual es el medio de promoción?

La parroquia Pasa tiene atractivos turísticos, pero no cuenta con paquetes turísticos que promocione un diseño de producto turístico. Se realizan proyectos para potencializar el turismo, pero aún no se implementa en la parroquia como la (Ruta Turística).

**UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES
CARRERA DE TURISMO**

La entrevista está dirigida a personas profesionales vinculadas a la actividad turística dentro del territorio, con la finalidad de determinar los sitios que se conocen en la parroquia de Pasa.

Nombre del entrevistado/a: Daniela Fernández

Edad: 29

1.- Género

Femenino

Masculino

2.- Lugar de residencia

Ambato

3.- ¿El GAD Parroquial de Pasa cuenta con un registro de atractivos turísticos?

Las personas que trabajan en la oficina de administrativo del Gad Parroquial de Pasa no tienen información sobre el punto de turismo.

4.- ¿Existe información Turística sobre los atractivos turísticos?

Por el momento la persona que daba esa información no se encontraba, debido a que ya no trabaja allí.

5.- ¿Cuáles son los atractivos que usted conoce en la parroquia Pasa?

La Iglesia, el Museo Etnográfico, las Casas Patrimoniales, Talleres de Camisas, la ruta Casahuala, el bosque Polylepys, las artesanías de totoras que se encuentra en la comunidad de Tilivi.

6.- ¿De los atractivos que existen en la Parroquia Pasa, ¿Cuál cree que tiene mayor potencial y por qué?

La iglesia, muchos optan por venir a la iglesia de hecho hay familias de Ambato que vienen y se casan allí, por su antigüedad, por su cultura, por su infraestructura y también visitan el Cerro Casahuala.

7.- ¿Qué elementos considera determinantes para fomentar el desarrollo turístico en la parroquia y por qué?

Puede ser mediante la publicidad, aunque en este período del Gobierno Parroquial están fortaleciendo la Publicidad, el marketing de todos los atractivos turísticos que existen, pero si sería bueno reforzar todo esto.

8.- ¿Qué acciones se han tomado en el GAD para el desarrollo del turismo?

Promoviendo las ferias artesanales, los ciclo paseos, todo esto ha realizado el Gad Parroquial de Pasa. Con la finalidad de cumplir con el desarrollo turístico de la parroquia.

9.- Existe productos turísticos diseñados? ¿Si los hay, cual es el medio de promoción?

El medio de promoción con el que contamos en el Gad Paroquial es vía Online, Facebook, también hace alianzas con el Gobierno provincial para que publiquen en sus páginas.

Apéndice 6. Ruta Turística a la Parroquia Pasa

Tiempo estimado de todo el recorrido: 6horas.

Inicio del recorrido: Iglesia Patrimonial de la parroquia

Final del recorrido: Lodge “Casahuala”

Costo: 20 dólares por persona

Transporte, guianza y alimentación: Incluidos

Recomendaciones: Usar Ropa abrigada

¿Qué debo llevar?: Cámara fotográfica, gafas de sol, protector solar, gorra, zapatos de trekking y muchas ganas de sentir de la naturaleza.

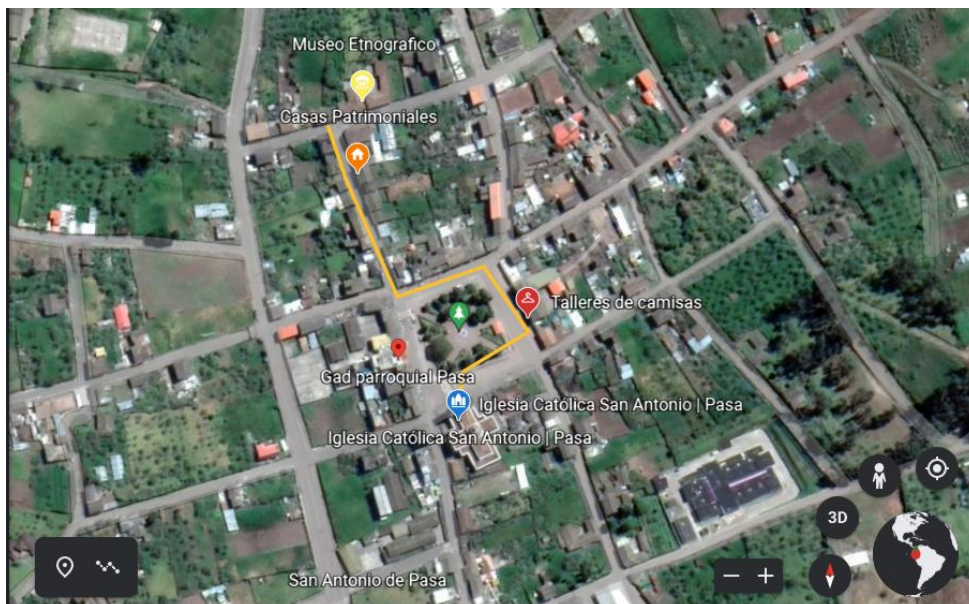
Horarios de salidas: De jueves a domingos 09h00 -11h00-13h00

DESCRIPCIÓN

- Empezamos en la iglesia de la parroquia en donde se podrá observar una gran colección de representaciones religiosas dentro de la misma, las cuales datan desde su construcción entre los años 1938 y 1949.
- Seguido se recorre el parque central en donde se podrá realizar fotografía observar su infraestructura y decoración.
- Continua el recorrido por los murales donde se aprecia algunas pinturas de artistas ambateños.
- Posteriormente nos dirigimos al Museo Etnológico de la parroquia donde se puede observar en su interior una colección invaluable acerca de la tradicional producción de: camisas, piezas arqueológicas, etiológicas, utensilios, herramientas precolombinas, en el museo también se exhiben objetos de arte, historia y del saber ancestral de los pueblos.
- Luego nos dirigimos a las casas patrimoniales que son construcciones colombinas que datan del siglo XV las cuales son de bareque y adobe, las tejas de barro y paredes

blanqueadas con cal. Estas edificaciones enriquecen el patrimonio, historia y tradición de la parroquia.

- En el trayecto encontraremos talleres de camisas la producción artesanal donde se confecciona camisas de varios colores y diseños, para quienes les gusta se los personaliza.
- Finalmente retornamos al centro de la parroquia donde degustaremos de la gastronomía tradicional en el Lodge “Casahuala” en donde nuestros acompañantes de ruta reciben un pequeño souvenir como constancia de su visita a la parroquia Pasa.



RUTA TURISTICA
Ven y siente Pasa un encanto por conocer
Domingo 25 SEPTIEMBRE 10H00

PASA
PARQUE CENTRAL

AMBATO
LA GRAN CIUDAD

Pasa

Honorable Gobierno
Provincial de Tungurahua

Ficha del Producto Turístico			
Ficha N: 001			
Nombre del Producto			
RUTA TURISTICA “VIVE Y SIENTE PASA UN ENCANTO POR CONOCER”			
Ubicación			
Región: Sierra	Provincia: Tungurahua	Distrito: Ambato	
Producto principal de venta- factor de diferenciación PPV			
Cultural: Iglesia Patrimonial y Museo Etnográfico			
Definición del producto			
<p>Historia Ancestral de la parroquia de Pasa lo que incluye en el producto son actividades, visita a los atractivos, guianza, transporte y alimentación.</p> <p>Atractivos Turísticos</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Iglesia de Pasa ● Los Murales pinturas creadas en las casas históricas. ● Parque Central ● Museo Etnográfico ● Talleres artesanales de camisas 			
Publico objetivo según la búsqueda de experiencia			
Nicho ()	Multitemático (X)	Moda ()	
Tipo de mercado interno			
VN divertido ()	VN descanso y relax (X)	VN conocedor ()	
Tipo de mercado extranjero			
TE Cultural (X)	TE de naturaleza (X)	TE de aventura ()	TE gastronómico ()
Descripción detallada del producto			
<p>Empezamos en la iglesia de la parroquia en donde se podrá observar una gran colección de representaciones religiosas dentro de la misma, las cuales datan desde su construcción entre los años 1938 y 1949. Seguido se recorre el parque central en donde se podrá realizar fotografía observar su infraestructura y decoración.</p>			

<p>Continúa el recorrido por los murales donde se aprecia algunas pinturas de artistas ambateños.</p> <p>Posteriormente nos dirigimos al Museo Etnológico de la parroquia donde se puede observar en su interior una colección invaluable acerca de la tradicional producción de: camisas, piezas arqueológicas, etiológicas, utensilios, herramientas precolombinas, en el museo también se exhiben objetos de arte, historia y del saber ancestral de los pueblos. Luego nos dirigimos a las casas patrimoniales que son construcciones colombinas que datan del siglo XV las cuales son de bareque y adobe, las tejas de barro y paredes blanqueadas con cal. Estas edificaciones enriquecen el patrimonio, historia y tradición de la parroquia. En el trayecto encontraremos talleres de camisas la producción artesanal donde se confecciona camisas de varios colores y diseños, para quienes les gusta se los personaliza. Finalmente retornamos al centro de la parroquia donde degustaremos de la gastronomía tradicional en el Lodge “Casahuala” en donde nuestros acompañantes de ruta reciben un pequeño souvenir como constancia de su visita a la parroquia Pasa.</p>
<p>Atractivos ancla y descripción</p>
<p>Iglesia Patrimonial:</p> <p>Museo Etnográfico:</p> <p>Cerro Casahuala:</p>
<p>Demanda</p>
<p>Turistas Nacionales: (alto)</p> <p>Turistas Extranjeros: (bajo)</p> <p>Datos importantes Cifras: 1200 anual (tomado de la entrevista al presidente del GAD parroquial).</p>