



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

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**Título:**

---

“IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS  
TURÍSTICOS PARA EL CANTÓN SIGCHOS”

---

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

**Autores:**

Sabando Cachago Diego Alexander  
Vasconez Pachacama Melissa Lizbeth

**Tutora:**

Andrade Ayala Andrea Isabel

LATACUNGA – ECUADOR

Febrero 2023

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Sabando Cachago Diego Alexander, con cédula de ciudadanía No. 1723894869 y Vasconez Pachacama Melissa Lizbeth con cédula de ciudadanía No. 1727717850, declaramos ser autores del presente proyecto de investigación: “Identificación y elaboración de productos turísticos para el cantón Sigchos”, siendo la Ingeniera Mg. Andrea Isabel Andrade Ayala, Tutora del presente trabajo; y, eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Latacunga, 10 de febrero del 2023



Diego Alexander Sabando Cachago

Estudiante

CC: 1723894869



Melissa Lizbeth Vasconez Pachacama

Estudiante

CC: 1727217850



Ing. Andrea Isabel Andrade Ayala, Mg.

Docente Tutor

CC: 1719291468

## 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 **DIEGO ALEXANDER SABANDO CACHAGO**, identificado con cédula de ciudadanía **1723894869** de estado civil soltero, a quien en lo sucesivo se denominará **EL CEDENTE**; y, de otra parte, el Doctor Cristian Fabricio Tinajero Jiménez, en calidad de Rector, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

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

### **Historial Académico**

Inicio de la carrera: Marzo 2019 - Agosto 2019

Finalización de la carrera: Octubre 2022 – Marzo 2023

Aprobación en Consejo Directivo: 30 de noviembre del 2022

Tutor: Ingeniera Mg. Andrea Isabel Andrade Ayala

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

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

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

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

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.

- e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

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

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

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

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

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

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

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

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 10 días del mes de febrero del 2023.



Diego Alexander Sabando Cachago

EL CEDENTE

Dr. Fabricio Tinajero Jiménez

LA CESIONARIA

## **CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR**

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **VASCONEZ PACHACAMA MELISSA LIZBETH** identificada con cédula de ciudadanía **1723894869** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, el Doctor Cristian Fabricio Tinajero Jiménez, en calidad de Rector, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

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

### **Historial Académico**

Inicio de la carrera: Marzo 2019 - Agosto 2019

Finalización de la carrera: Octubre 2022 – Marzo 2023

Aprobación en Consejo Directivo: 30 de noviembre del 2022

Tutor: Ingeniero Mg. Andrea Isabel Andrade Ayala

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

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

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

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

- f) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- g) La publicación del trabajo de grado.
- h) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- i) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.

j) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

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

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

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

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

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

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

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

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 10 días del mes de febrero del 2023.



Melissa Lizbeth Vasconez Pachacama

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:

“IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL CANTÓN SGICHOS”, de Sabando Cachago Diego Alexander y Vasconez Pachacama Melissa Lizbeth, de la carrera de 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, 10 de febrero del 2023



Ing. ~~Andrea~~ Isabel Andrade Ayala, Mg.  
DOCENTE TUTOR  
CC: 1719291468

## AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, los postulantes: **Sabando Cachago Diego Alexander y Vasconez Pachacama Melissa Lizbeth** el título del Proyecto de Investigación: **“IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL CANTÓN SIGCHOS”**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

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

Latacunga, 10 de febrero del 2023



Lector 1 (Presidente)

Lcda. Norma Lucía Benavides Zura, Mg.

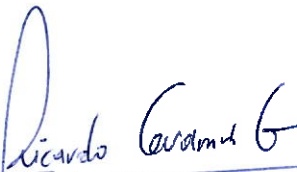
CC: 1002669644



Lector 2

Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinuesa Mg.

CC: 1722220868



Lector 3

Lic. Adolfo Ricardo Guamán Guevara, Mg.

CC: 1802830123



## **AGRADECIMIENTO**

Este proyecto de investigación y el resultado de mi formación, se la debo a muchas personas e instituciones, que no me alcanzaría esta página para detallar sus nombres, cualidades y virtudes, en mi memoria siempre estará el beneficio que recibí de ustedes, más bien le doy gracias a Dios por mi vida y por la suya, por haberlos puesto en mi camino para ayudarme a construir mis éxitos, sin duda son una bendición; y, por todas las cosas buenas que me permitieron sonreír y las malas que indudablemente me ayudaron a crecer.

Diego Alexander Sabando Cachago

## **AGRADECIMIENTO**

Este proyecto de investigación y el resultado de mi formación, se la debo a muchas personas e instituciones, que no me alcanzaría esta página para detallar sus nombres, cualidades y virtudes, en mi memoria siempre estará el beneficio que recibí de ustedes, más bien le doy gracias a Dios por mi vida y por la suya, por haberlos puesto en mi camino para ayudarme a construir mis éxitos, sin duda son una bendición; y, por todas las cosas buenas que me permitieron sonreír y las malas que indudablemente me ayudaron a crecer.

Melissa Lizbeth Vasconez Pachacama

## **DEDICATORIA**

Dedico mi tesis a:

A mis padres Sylvia y Vicente por ser mi apoyo durante este arduo trayecto, quienes me han enseñado valores y responsabilidades para lograr hoy mi sueño.

A mí hermana Dayana y mi cuñado Willian quienes me han mostrado el camino de la superación y han sido mi ejemplo de superación académica.

A mí amiga y compañera de tesis Melissa Vasconez con quién hemos compartido alegrías, tristezas y conocimientos y a todas aquellas personas que me han apoyado durante esta etapa universitaria les agradezco por todo su apoyo y por haber creído en mí.

Gracias a todos, hoy mi sueño se hace realidad.

Blue

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar mi tesis a mi madre Sonia y a mis abuelitos Erlinda y Reinaldo quienes son mi razón de ser además me han enseñado a valorar todo lo que tengo han sido mi apoyo en cada obstáculo de mi vida.

A mi amigo y compañero de tesis Diego Sabando con quién hemos compartido conocimientos, alegrías y tristezas y a todas aquellas personas que han creído en mí durante estos cuatro años por todo su apoyo y lograron que este sueño se haga realidad.

Gracias a todos

Meli

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI  
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TÍTULO: “IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS  
PARA EL CANTÓN SIGCHOS”.

AUTORES: Sabando Cachago Diego Alexander  
Vasconez Pachacama Melissa Lizbeth

**RESUMEN**

El cantón Sigchos cuenta con potencial para el turismo, por sus áreas naturales y culturales, además que su cercanía al Quilotoa lo convierte en un lugar ideal para la implementación de actividades turísticas, es por ello que se evidencia la necesidad de elaborar un producto turístico en el cantón, en función de sus características. Para desarrollar el proyecto se seleccionaron actores claves para obtener información y mediante una salida de campo se entrevistaron a las autoridades (alcalde y jefa del departamento de turismo), adicionalmente se realizaron encuestas a pobladores con la finalidad de conocer la existencia de elementos turísticos y los servicios prestados en la localidad (dentro de ellos prestadores de servicios turísticos); también se encuestaron a turistas para conocer las actividades que desarrollaban en el cantón y su experiencia al realizarlas., se procedió a validar el inventario de atractivos turísticos existentes utilizando un Check list, con un total de 88 atractivos bibliográficamente descritos, que con la salida de campo fueron 68 validados y se adicionaron 2 (inventariados con las fichas MINTUR); obteniendo una base de datos de 70 atractivos (47 naturales y 23 culturales). Para el diseño del producto turístico se siguió la metodología del Manual de Planificación de Productos Turísticos, mismo que consta del análisis del destino que constató que cuenta con deficiencias como falta de infraestructura turística, accesibilidad limitada a ciertos atractivos, falta de transporte, y no existen servicios básicos en los atractivos. Se determinó el perfil del turista que es principalmente extranjero y el tipo de turismo que realiza es de naturaleza y aventura. Con los antecedentes presentados se diseñaron 2 rutas, con una duración de 2 días – 1 noche, y un full day; se proponen actividades como caminatas, ciclismo, rapel y fotografía; con un servicio todo incluido (transporte, alimentación, guía local y alojamiento). Finalmente, se realizó un análisis FODA, a nivel externo se evidencia la necesidad de innovar en productos turísticos y ampliar el mercado para incrementar el número de turistas, debido a que posee una amplia gama de recursos naturales y culturales, que pueden fortalecer el turismo de aventura. Como estrategias se considera motivar a la comunidad mediante charlas para mejorar la calidad del servicio, y utilizar medios digitales e innovadores para la promoción de los atractivos y los productos existentes, incluyendo las rutas del presente proyecto. En conclusión, existe la posibilidad de desarrollar nuevos productos turísticos y analizar el mercado turístico a profundidad para ello, es importante focalizar los esfuerzos conjuntos entre autoridades, pobladores y demás actores del turismo, para promocionar los atractivos y actividades que se desarrollan en el cantón.

Palabras clave: atractivos, producto turístico, estrategias

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI  
FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES

THEME: “IDENTIFICATION AND DEVELOPMENT OF TOURISM PRODUCTS FOR SIGCHOS”

AUTHOR: Sabando Cachago Diego Alexander  
Vasconez Pachacama Melissa Lizbeth

**ABSTRACT**

Sigchos has potential for tourism, for its natural and cultural areas, in addition to its proximity to Quilotoa makes it an ideal place for the implementation of tourist activities, which is why the need to develop a tourist product in the canton, is evident. depending on its characteristics. To develop the project, key actors were selected to obtain information and through a field trip the authorities were interviewed (Mayor and tourism boss) additionally, surveys were carried out to residents in order to know the existence of tourist elements and the services provided in the town (within them tourism service providers); tourists were also surveyed to know the activities they developed in the canton and their experience when performing them. With the information obtained verified with the bibliographic collection, we proceeded to validate the inventory of existing tourist attractions using a Check list, with a total of 88 attractions bibliographically described, which with the field exit were 69 validated and 2 were added (inventoried with the MINTUR files); obtaining a database of 71 attractions (48 natural and 23 cultural). For the design of the tourist product was followed the methodology of the Planning Manual of Tourism Products, which consists of the analysis of the destination that found that it has deficiencies such as lack of tourist infrastructure, limited accessibility to certain attractions, lack of transport, and there are no basic services in the attractions. It was determined the profile of the tourist who is mainly foreign and the type of tourism that makes is nature and adventure. With the background presented, 2 routes were designed, with a duration of 2 days – 1 night, and a full day; activities such as hiking, cycling, abseiling and photography are proposed; with an all-inclusive service (transport, food, local guide and accommodation). Finally, a SWOT analysis was carried out, at the external level the need to innovate in tourism products and expand the market to increase the number of tourists is evidenced, because it has a wide range of natural and cultural resources, which can strengthen adventure tourism. As strategies, it is considered to motivate the community through talks to improve the quality of the service, and to use digital and innovative means for the promotion of the attractions and the existing products, including the routes of this project. In conclusion, there is the possibility of developing new tourism products and analyzing the tourism market in depth for this, it is important to focus joint efforts between authorities, residents and other tourism actors, to promote the attractions and activities that are developed in the canton.

Keywords: tourist attractions, tourism product, strategies

## ÍNDICE

|   |      |
|---|------|
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....                              | ii   |
| CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR..... | iii  |
| AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....         | vii  |
| AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....   | viii |
| AGRADECIMIENTO .....                                      | ix   |
| AGRADECIMIENTO .....                                      | x    |
| DEDICATORIA.....  | xi   |
| DEDICATORIA.....  | xii  |
| RESUMEN .....   | xiii |
| ABSTRACT .....  | xiv  |
| ÍNDICE.....   | xv   |
| ÍNDICE DE TABLAS .....                                    | xx   |
| Índice de figuras .....                                   | xxi  |
| 1. INFORMACIÓN GENERAL .....                              | 1    |
| 1.1 Título del Proyecto .....                             | 1    |
| 1.2 Fecha de Inicio.....                                  | 1    |
| 1.3 Fecha de Finalización .....                           | 1    |
| 1.4 Lugar de ejecución.....                               | 1    |
| 1.5 Institución, facultad y carrera que auspicia .....    | 1    |
| 1.6 Datos del Tutor .....                                 | 1    |
| 1.7 Coordinadores del Proyecto.....                       | 1    |
| 1.8 Área de Conocimiento .....                            | 2    |
| 1.9 Línea de investigación .....                          | 2    |
| 1.10 Línea de vinculación de la carrera.....              | 2    |
| 2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....                       | 2    |
| 3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....      | 3    |
| 3.1 Beneficiarios Directos .....                          | 3    |
| 4. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....                        | 4    |
| 5. OBJETIVOS .....  | 6    |
| 5.1. Objetivo General.....                                | 6    |
| 5.2. Objetivos Específicos .....                          | 6    |

|   |    |
|---|----|
| 6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.....      | 7  |
| 7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....   | 7  |
| 7.1 Turismo.....  | 8  |
| 7.2 Sistema Turístico.....  | 9  |
| 7.2.1 La Demanda Turística.....   | 10 |
| 7.2.3 Espacio Geográfico.....   | 12 |
| 7.2.4 Operadores Turísticos.....  | 12 |
| 7.3 Producto turístico.....   | 13 |
| 7.4 Atractivos Turísticos.....  | 14 |
| 7.5 Infraestructura.....  | 15 |
| 7.6 Tipologías de Productos Turísticos.....   | 15 |
| 7.6.1 Turismo de naturaleza.....  | 15 |
| 7.6.2 Ecoturismo.....   | 16 |
| 7.6.3 Turismo de aventura.....  | 16 |
| 7.6.4 Turismo Rural.....  | 17 |
| 7.6.5 Turismo Cultural.....   | 17 |
| 7.6.6 Turismo Comunitario.....  | 17 |
| 7.7 Destino Turístico.....  | 17 |
| 7.8 Marketing Turístico.....  | 18 |
| 8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS.....                                     | 18 |
| 9. METODOLOGÍAS.....  | 20 |
| 9.1 Validación del Inventario.....  | 20 |
| 9.1.1 Matriz Check list.....  | 20 |
| 9.1.2 Fichas MINTUR.....  | 21 |
| 9.1.2.1 Código del Atractivo.....   | 21 |
| 9.1.2.2 Datos Generales.....  | 22 |
| 9.1.2.3 Ubicación del Atractivo Turístico.....                                      | 22 |
| 9.1.2.4 Características climatológicas.....   | 22 |
| 9.1.2.5 Accesibilidad al Atractivo Turístico.....                                   | 22 |
| 9.1.2.6 Conectividad al atractivo turístico.....                                    | 23 |
| 9.1.2.7 Planta Turística.....   | 23 |
| 9.1.2.8 Estado de conservación del atractivo e integración atractivo / entorno..... | 24 |
| 9.1.2.9 Higiene y seguridad turística.....  | 24 |
| 9.1.2.10 Políticas y regulaciones.....  | 24 |
| 9.1.2.11 Actividades.....   | 24 |
| 9.1.2.12 Difusión y medios de promoción del atractivo.....                          | 25 |
| 9.1.2.13 Tipo de visitante y afluencia.....   | 25 |



|   |    |
|---|----|
| 9.1.2.14 Recurso Humano. ....   | 25 |
| 9.1.2.15 Descripción del atractivo. ....  | 25 |
| 9.1.2.16 Anexos. ....   | 25 |
| 9.2 Manual para la Planificación de Productos Turísticos .....  | 26 |
| 9.2.1 Análisis del destino turístico.....   | 26 |
| 9.2.1.1 Delimitación del destino turístico.....   | 26 |
| 9.2.1.1.1 Atractivos.....   | 26 |
| 9.2.1.1.2 Actividades. ....   | 26 |
| 9.2.1.1.3 Accesibilidad. ....   | 27 |
| 9.2.1.1.4 Servicios básicos.....  | 27 |
| 9.2.1.1.5 Servicios directamente relacionados con la actividad turística. ....  | 27 |
| 9.2.1.2 Análisis del mercado turístico. ....  | 27 |
| 9.2.1.2.1 Análisis de la demanda turística. ....  | 27 |
| 9.2.1.2.2 Análisis de la oferta turística. ....   | 28 |
| 9.2.1.2.3 Análisis de las Inversiones. ....   | 28 |
| 9.2.1.3 Análisis del contexto social, político y económico. ....  | 29 |
| 9.2.1.2.5 Análisis FODA del destino turístico.....  | 29 |
| 9.2.2 Conceptualización Del Producto Turístico.....   | 30 |
| 9.2.2.1 Identificación de productos turísticos potenciales.....   | 31 |
| 9.2.2.2 Identificación de las condiciones necesarias (infraestructura y servicio) que debería tener el producto para poder operar de la forma ideal o esperados. .... | 31 |
| 9.2.2.2.1 Propuesta de producto turístico. ....   | 32 |
| 9.2.2.2.2 Participación de actores en las propuestas de productos turísticos. ....  | 32 |
| 9.2.3 Diseño del producto turístico.....  | 33 |
| 9.2.3.1 Evaluación de productos turísticos propuestos.....  | 33 |
| 9.2.3.1.1 Análisis de viabilidad de los productos turísticos propuestos .....   | 33 |
| 9.2.3.1.2 Análisis de la demanda .....  | 33 |
| 9.2.3.1.3 Análisis de la oferta .....   | 33 |
| 9.2.3.1.4 Estimación de tiempo de implementación.....   | 34 |
| 9.2.3.1.5 Evaluación de nivel de inversión.....   | 34 |
| 9.2.3.2 Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico.....  | 35 |
| 9.2.3.3 Evaluación de las condiciones actuales del producto turístico.....  | 35 |
| 9.2.3.4 Validación de la propuesta inicial de producto con intermediarios y consumidores. ....  | 35 |
| 9.2.3.5 Determinación de las necesidades de intervención pública y privada.....   | 35 |
| 9.2.3.6 Gráfico del Producto Turístico. ....  | 35 |
| 9.2.4 Plan de acción para el desarrollo del producto turístico.....   | 36 |
| 9.2.4.1 Conformación del comité local para la gestión y desarrollo del producto turístico. ....   | 36 |
| 9.2.4.2 Validación del producto turístico definitivo con gestores y público objetivo. ....  | 37 |
| 9.2.4.3 Consolidación y validación del plan de trabajo.....   | 37 |
| 9.3 Cálculo de la muestra .....   | 37 |
| 9.4 Estrategias.....  | 39 |
| 9.4.1 Matriz FODA.....  | 39 |

|  |    |
|--|----|
| 9.4.2 Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI) .....                     | 41 |
| 9.4.4 Matriz FODA Cruzado .....  | 42 |
| 10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....   | 44 |
| 10.1 Ubicación geográfica del área de estudio .....                                  | 44 |
| 10.2 Validación de atractivos .....  | 45 |
| 10.2.1 Check List.....   | 48 |
| 10.2.2 Encuesta a los pobladores.....  | 53 |
| 10.3 Diseño del producto turístico.....  | 59 |
| 10.3.1 Análisis del destino turístico.....   | 59 |
| 10.3.2 Análisis del mercado turístico .....  | 61 |
| 10.3.2.1 Análisis de la Demanda. ....  | 61 |
| 10.3.2.2 Análisis de la oferta turística. ....                                       | 65 |
| 10.3.2.3 Análisis de las Inversiones .....   | 66 |
| 10.3.3 Análisis del contexto social, político y económico .....                      | 66 |
| 10.4 Conceptualización del Producto .....  | 67 |
| 10.4.2 Evaluación de productos turísticos propuestos.....                            | 69 |
| 10.5. Diseño del Producto Turístico .....  | 71 |
| 10.5.1 Evaluación de productos turísticos propuestos.....                            | 71 |
| 10.5.2 Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico ..... | 71 |
| 10.5.3.1 Ruta 1 Descenso a lo grande.....  | 72 |
| 10.5.3.2 Video de la ruta 1.....   | 73 |
| 10.5.3.3 Guión – Escalada a lo Grande. ....  | 73 |
| 10.5.3.4 Publicidad. ....  | 75 |
| 10.5.3.4 Ruta 2: Sigchos: entre pucarás, cultura y leyendas. ....                    | 76 |
| 10.5.3.6 Video de la ruta.....   | 77 |
| 10.5.3.7 Guión. ....   | 78 |
| 10.5.3.8 Publicidad. ....  | 80 |
| 10.5.3.8 Leyendas de Sigchos .....   | 81 |
| 10.5.4 Determinación de las necesidades de intervención pública y privada.....       | 81 |
| 10.5.5 Gráfico del producto turístico.....   | 82 |
| 10.5.5.1 Grafico del producto turístico 1.....                                       | 82 |
| 10.5.5.2 Gráfico del producto turístico 2.....                                       | 83 |
| 10.7 Estrategias de Promoción y Difusión .....                                       | 84 |
| 10.7.1 Matriz FODA.....  | 84 |
| 10.7.2 Matriz MEFI.....  | 85 |
| 10.7.3 Matriz MEFE.....  | 87 |
| 10.7.4 Matriz interna externa.....   | 88 |
| 10.7.4 Matriz Estratégica.....   | 89 |
| 10.7.5 Resumen de estrategias.....   | 93 |
| 11 PRESUPUESTO Y CRONOGRAMA .....  | 94 |
| 12 IMPACTOS .....  | 95 |
| 13 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....  | 95 |

|   |     |
|---|-----|
| 13.1 Conclusiones.....  | 95  |
| 13.2 Recomendaciones .....  | 96  |
| 14 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....   | 97  |
| 15. ANEXOS .....  | 104 |
| Apéndice 1 Hoja de vida del equipo de investigadores .....  | 104 |
| Apéndice 2 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos.....                   | 106 |
| Apéndice 3 Fichas de atractivos MINTUR cañón río Siwi .....   | 114 |
| Apéndice 4 Mirador las Golondrinas.....   | 122 |
| Apéndice 5 Resumen de los atractivos validados.....   | 131 |
| Apéndice 6 Propuesta de producto .....  | 134 |
| Apéndice 7 Ficha del Producto.....  | 135 |
| Apéndice 8 Detalle de atractivos turísticos .....   | 138 |
| Apéndice 9 Detalle de Actividades Complementarias .....   | 139 |
| Apéndice 10 Detalle de establecimientos de hospedaje .....  | 139 |
| Apéndice 11 Detalle de Establecimientos de Alimentos y Bebidas .....                                    | 140 |
| Apéndice 12 Encuesta de Validación del Producto Turístico Priorizado Dirigida a los Intermediarios..... | 140 |
| Apéndice 13 Perfil del turista .....  | 141 |
| Apéndice 14 Encuesta pobladores .....   | 142 |
| Apéndice 15 Encuestas para Turistas .....   | 143 |
| Apéndice 16 Entrevista.....   | 145 |
| Apéndice 17 Total de encuestas .....  | 145 |
| Apéndice 18 Servicios turísticos del cantón.....  | 146 |
| Apéndice 19 Turistas.....   | 146 |
| Apéndice 20 Propuesta de producto turístico ruta 1 .....  | 147 |
| Apéndice 21 Ficha del producto ruta 1 .....   | 147 |
| Apéndice 22 Perfil del turista .....  | 149 |
| Apéndice 23 Ficha de actividades .....  | 150 |
| Apéndice 24 Ficha de actividades .....  | 150 |
| Apéndice 25 Propuesta del producto turístico ruta 2.....  | 151 |
| Apéndice 26 Ficha del producto ruta 2.....  | 151 |
| Apéndice 27 Ficha de actividades complementarias .....  | 152 |
| Apéndice 28 Ficha de actividades complementarias .....  | 153 |
| Apéndice 29 Ficha de actividades complementarias .....  | 153 |

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| Apéndice 30 Ficha de Hospedaje .....           | 154                                  |
| Apéndice 31 Ficha de alimentos y bebidas ..... | 154                                  |
| Apéndice 32 La Chuza Longa .....               | 155                                  |
| Apéndice 33 La Mala Hora .....                 | 155                                  |
| Apéndice 34 La Muerte toca tu Puerta .....     | 156                                  |
| Apéndice 35 El Diablo de los Ilinizas .....    | 157                                  |
| Apéndice 36 El Uñaguillo o Bebé diablo .....   | 159                                  |
| Apéndice 37 Aval del traductor .....           | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1 <i>Beneficiarios del proyecto de investigación</i> .....         | 4  |
| Tabla 2 <i>Sistematización de tareas</i> .....                           | 7  |
| Tabla 3 <i>Matriz Check list</i> .....                                   | 20 |
| Tabla 4 <i>Criterios de Valor</i> .....                                  | 27 |
| Tabla 5 <i>Análisis de la oferta</i> .....                               | 28 |
| Tabla 6 <i>Proyectos de inversión</i> .....                              | 29 |
| Tabla 7 <i>Variables a considerar</i> .....                              | 29 |
| Tabla 8 <i>Participación actores</i> .....                               | 32 |
| Tabla 9 <i>Matriz FODA</i> .....   | 40 |
| Tabla 10 <i>Matriz de evaluación de los factores internos MEFI</i> ..... | 41 |
| Tabla 11 <i>Matriz de evaluación de factores externos MEFE</i> .....     | 42 |
| Tabla 12 <i>Matriz FODA cruzado</i> .....                                | 43 |
| Tabla 13 <i>Atractivos turísticos en Sigchos</i> .....                   | 45 |
| Tabla 14 <i>Check List de atractivos en Sigchos</i> .....                | 48 |
| Tabla 15 <i>Resumen de atractivos validados</i> .....                    | 52 |
| Tabla 16 <i>Transporte en Sigchos</i> .....                              | 59 |
| Tabla 17 <i>Atractivos usados en las rutas</i> .....                     | 60 |
| Tabla 18 <i>Estados de los servicios básicos del cantón</i> .....        | 61 |
| Tabla 19 <i>Perfil del Turista Sigchos</i> .....                         | 63 |
| Tabla 20 <i>Preguntas para el desarrollo del producto</i> .....          | 68 |
| Tabla 21 <i>Producto y mercado</i> .....                                 | 68 |
| Tabla 22 <i>Condiciones a considerar</i> .....                           | 69 |
| Tabla 23 <i>Análisis de la demanda y oferta</i> .....                    | 70 |
| Tabla 24 <i>Valoración de las rutas</i> .....                            | 70 |
| Tabla 25 <i>Rutas turísticas</i> .....                                   | 71 |
| Tabla 26 <i>Ficha de la ruta Descenso a lo grande</i> .....              | 72 |
| Tabla 27 <i>Itinerario ruta 1</i> .....                                  | 73 |
| Tabla 28 <i>Ficha ruta 2</i> .....                                       | 76 |
| Tabla 29 <i>Itinerario ruta 2</i> .....                                  | 77 |
| Tabla 30 <i>Resumen de leyendas del cantón</i> .....                     | 81 |
| Tabla 31 <i>Matriz FODA</i> .....  | 85 |
| Tabla 32 <i>Matriz MEFI</i> .....  | 86 |

|  |    |
|--|----|
| Tabla 33 <i>Matriz MEFE</i> .....                            | 87 |
| Tabla 34 <i>Matriz interna – externa</i> .....               | 88 |
| Tabla 35 <i>Matriz estratégica</i> .....                     | 89 |
| Tabla 36 <i>Análisis fortalezas – oportunidades</i> .....    | 91 |
| Tabla 37 <i>Análisis fortalezas - amenazas</i> .....         | 92 |
| Tabla 38 <i>Análisis debilidades – oportunidades</i> .....   | 92 |
| Tabla 39 <i>Análisis debilidades - amenazas</i> .....        | 93 |
| Tabla 40 <i>Estrategias</i> .....                            | 93 |
| Tabla 41 <i>Presupuesto de estrategias</i> .....             | 94 |
| Tabla 42 <i>Impactos del proyecto de investigación</i> ..... | 95 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| Figura 1 <i>Sistema Turístico</i> .....                                 | 10 |
| Figura 2 <i>Actividades y oferta turística</i> .....                    | 11 |
| Figura 3 <i>Códigos de la ficha MINTUR</i> .....                        | 21 |
| Figura 4 <i>Análisis FODA</i> .....                                     | 30 |
| Figura 5 <i>Preguntas de conceptualización</i> .....                    | 30 |
| Figura 6 <i>Matriz producto - mercado</i> .....                         | 31 |
| Figura 7 <i>Estándares del producto</i> .....                           | 32 |
| Figura 8 <i>Análisis de la demanda</i> .....                            | 34 |
| Figura 9 <i>Ejemplificación de un producto turístico</i> .....          | 36 |
| Figura 10 <i>Mapa satelital de Sigchos</i> .....                        | 44 |
| Figura 11 <i>Encuesta a los pobladores</i> .....                        | 53 |
| Figura 12 <i>Atractivos conocidos por los pobladores</i> .....          | 54 |
| Figura 13 <i>Actividades Turísticas</i> .....                           | 55 |
| Figura 14 <i>Pobladores prestadores de servicios turísticos</i> .....   | 55 |
| Figura 15 <i>Productos turísticos</i> .....                             | 56 |
| Figura 16 <i>Afluencia de turistas</i> .....                            | 57 |
| Figura 17 <i>Beneficiarios del turismo</i> .....                        | 57 |
| Figura 18 <i>Acciones que el cantón debería poner en práctica</i> ..... | 58 |
| Figura 19 <i>Edades de los turistas</i> .....                           | 62 |
| Figura 20 <i>País de origen</i> .....                                   | 62 |
| Figura 21 <i>Alimentación</i> .....                                     | 64 |
| Figura 22 <i>Calificación de los establecimientos</i> .....             | 64 |
| Figura 23 <i>Recomendación de Sigchos</i> .....                         | 65 |
| Figura 24 <i>Afiche publicitario ruta 1</i> .....                       | 75 |
| Figura 25 <i>Afiche publicitario ruta 2</i> .....                       | 80 |
| Figura 26 <i>Mapa Ruta Descenso a lo grande</i> .....                   | 82 |
| Figura 27 <i>Mapa ruta primer día</i> .....                             | 83 |
| Figura 28 <i>Mapa ruta segundo día</i> .....                            | 84 |
| Figura 29 <i>Matriz interna externa</i> .....                           | 89 |

## **1. INFORMACIÓN GENERAL.**

### **1.1 Título del Proyecto**

Identificación y Elaboración de Productos Turísticos para el cantón Sigchos provincia de Cotopaxi

### **1.2 Fecha de Inicio**

Octubre 2022

### **1.3 Fecha de Finalización**

Febrero 2023

### **1.4 Lugar de ejecución**

Provincia de Cotopaxi – Cantón Sigchos – Zona 3

### **1.5 Institución, facultad y carrera que auspicia**

Universidad Técnica de Cotopaxi

Facultad Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

Licenciatura en Turismo

### **1.6 Datos del Tutor**

Ing, Andrea Isabel Andrade Ayala

andrea.andrade@utc.edu.ec

0984255539

### **1.7 Coordinadores del Proyecto**

Diego Alexander Sabando Cachago

0987299020

diego.sabando4869@utc.edu.ec

Melissa Lizbeth Vasconez Pachacama

0991227410

melissa.vasconez7850@utc.edu.ec

### **1.8 Área de Conocimiento**

81 Servicios personales

Turismo

### **1.9 Línea de investigación**

Planificación y Gestión del Turismo Sostenible

Análisis del turismo

### **1.10 Línea de vinculación de la carrera**

University Tourism Center

## **2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

El turismo en la provincia de Cotopaxi no se encuentra diversificado por todo el territorio debido a la distancia, accesibilidad, infraestructura, y servicios básicos, por lo que los recursos que se encuentran en estas zonas han sido excluidos y no son tomados en cuenta en la elaboración de nuevos productos turísticos. Además, el desarrollo turístico de la provincia permanece enfocándose en: el Parque Nacional Cotopaxi, la Laguna del Quilotoa y la Reserva Ecológica Ilinizas.

El presente proyecto de investigación se realiza por la falta de productos turísticos en la provincia de Cotopaxi específicamente en el cantón Sigchos, la carencia de dichos productos ha limitado el crecimiento turístico y ha privado de los beneficios que genera el desplazamiento de turistas en la comunidad como la dinamización de la economía local, la mejora de la calidad de vida de los residentes, y oportunidades de empleo afirmando lo mencionado por Santamaría et al (2019).

De acuerdo a lo descrito en el Manual para la Planificación de Productos Turísticos (2014) este documento analiza la situación del territorio en cuanto a atractivos turísticos y establecimientos prestadores de servicios, permitiendo la elaboración y diseño de un

producto turístico, en base a los atractivos naturales y culturales en relación con la infraestructura con la que cuenta el cantón, se desarrollarán estrategias que fortalezcan las actividades turísticas permitiendo un turismo sostenible y sustentable que mantiene en equilibrio el ámbito económico, el ámbito ambiental y el ámbito socio-cultural. Por otra parte, reforzará el conocimiento previo sobre la elaboración y diseño de productos turísticos que servirá para futuras investigaciones.

La elaboración y diseño de un producto turístico beneficiará principalmente al programa de vinculación University Tourism Center de la carrera de turismo, permitiendo difundir y promocionar el producto turístico creado, además, de la información de los atractivos naturales que posee el territorio y el proceso que se llevó a cabo para el desarrollo del producto. Al mismo tiempo afirmando lo que menciona Santamaría et al (2019) beneficiará a los pobladores que posean un establecimiento prestador de servicio (alojamiento, restaurante, transporte), emprendimientos, y guías locales.

El diseño de nuevos productos turísticos en Sigchos es de gran relevancia para el cantón y sus pobladores; el país conocerá la historia y su emblemático nombre “El Jardín Colgante de los Andes”. Por lo tanto, el crecimiento turístico en la zona tendrá un impacto positivo en la economía local y en la valoración cultural.

### **3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Beneficiarios Directos**

Los establecimientos prestadores de servicios, en este caso 10 de alojamiento que están registrados en el MINTUR y 32 establecimientos de alimentos y bebidas que no están catastrados en el MINTUR, serán beneficiarios directos debido al vínculo que poseen con la actividad turística y los que serán parte del producto turístico (Sillo, 2015).



Los turistas nacionales serán beneficiarios del producto creado ya que optarán por escoger los productos turísticos creados y los servicios por los que está conformado el producto, permitiéndole al turista escoger otros atractivos diferentes a los usuales como el Parque Nacional Cotopaxi, la Reserva Ecológica los Ilinizas y el Quilotoa. Finalmente, el programa de vinculación University Tourism Center (UTC) se beneficiará directamente ya que este programa difundirá y promocionará el producto creado en el cantón.

### **3.2 Beneficiarios Indirectos**

La provincia de Cotopaxi será un beneficiario indirecto, ya que en el transcurso a Sigchos existen diferentes destinos turísticos en los demás cantones, en el que los turistas podrán optar por visitar antes y después del recorrido del producto turístico. Además, la población de Sigchos tendrá más relevancia a nivel nacional, y se dará a conocer las comunidades, gastronomía, atractivos naturales y culturales, estilos de vida, tradiciones y costumbres que conforman el cantón.

**Tabla 1**

*Beneficiarios del proyecto de investigación*

| <b>Directos</b>  | <b>Indirectos</b>              |
|--|--------------------------------|
| Prestadores de servicios:<br>Alojamiento 10<br>Restaurantes 32 | Provincia Cotopaxi<br>488.716  |
| Turistas Nacionales<br>11,178 aproximadamente                  | Población de Sigchos<br>23.277 |
| Programa de vinculación<br>University Tourism Center           |                                |

## **4. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

Europa se considera como multidesino debido al total de arribos y el promedio de gasto (divisas) en los países de dicho continente, debido a la exitosa gestión de los destinos, y a la riqueza del entorno señalando los atractivos naturales y culturales, y planta turística,

permitiendo el desarrollo de productos turísticos. Tal es el caso de Francia en el año 2018 se posiciona en primer lugar como destino de turistas con un total de 89 millones de arribos y un gasto de \$752 divisas por personas, España está en segundo lugar con un total de 83 millones de arribos y un gasto de \$891 divisas por persona según la información de Hosteltur (2019). Sin embargo, Estado Unidos en el 2018 se registró la entrada de 80 millones de turistas al país y un gasto promedio de \$2.687 divisas por persona, convirtiéndose así en un país multidesestino.

En el año 2021, como menciona Abril (2022) el Ecuador ha generado divisas que superan los \$1.000 millones, lo que representa un crecimiento del 180% respecto del año anterior, a causa del turismo y los productos ofertados. Por lo consiguiente, gracias a las divisas que ingresan al país, el turismo se ha posesionado como uno de los principales productos de exportación no petroleros. El sector turístico en el país ha generado una gran oferta laboral por lo que en el primer trimestre del año 2017, la actividad turística generó 470 535 plazas de empleo a nivel nacional, por lo tanto, se considera a esta actividad una de las principales fuentes que más empleo genera por año como indica Chávez et al (2017).

Es importante destacar, que el turismo y su innovación en la creación de productos turísticos, para los diferentes tipos de demanda, es un medio capaz de generar oportunidades mediante la participación de las diversas comunidades que existen en una determinada región, dinamizando la economía local, generando plazas de empleo, y mejorando la calidad de vida de los pobladores. Tal es el caso de turismo comunitario en Saraguro Loja-Ecuador, en la que se practica el turismo mostrando el estilo de vida de una comunidad percibiendo retribuciones económicas por el empleo generado de esta actividad repartidas equitativamente según lo mencionado por Ordoñez et al (2020).

La provincia de Cotopaxi recibe alrededor de 10.436 turistas por feriado siendo el 90.18% turistas nacionales y el 9.82% turistas extranjeros. Sin embargo, el total de turistas enfoca su visita en el Parque nacional Cotopaxi, Reserva Ecológica Los Ilinizas y la laguna del Quilotoa, por la falta de productos turísticos distribuidos en la provincia y el desinterés de las autoridades según lo indicado en la gaceta (2021).

Por lo tanto, los demás cantones y atractivos turísticos no son tomados en cuenta por las autoridades pertinentes para el aprovechamiento adecuado y la implementación de nuevos productos turísticos con sus respectivas estrategias para la promoción y difusión que despierten el interés de la demanda por los atractivos dispersos en toda la provincia (User, 2018).

El cantón Sigchos no cuenta con productos turísticos que diversifiquen la visita del turista por todo el territorio, en consecuencia, los atractivos no están asociados a un producto turístico o no se encuentran inventariados por lo tanto causa una limitación en el crecimiento turístico y también la pérdida de los beneficios generados por esta actividad.

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1. Objetivo General**

Elaborar productos turísticos en el cantón Sigchos para ser difundidos mediante el University Tourism Center.

### **5.2. Objetivos Específicos**

Validar el inventario de atractivos turísticos existentes en el cantón, mediante fuentes primarias y secundarias, obteniendo una base de datos.

Diseñar productos turísticos del cantón en función de los planes de desarrollo y la realidad de los territorios mediante el manual de planificación de productos PROMPERÚ.

Crear estrategias de promoción para el producto diseñado mediante el análisis FODA que será difundido por el University Tourism Center.

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

### **PLANTEADOS.**

TABLA 2

#### SISTEMATIZACIÓN DE TAREAS

| Objetivo  | Actividades   | Metodología                              | Resultados   |
|---|---|--|--|
| Validar el inventario de atractivos turísticos existentes en el cantón, mediante fuentes primarias y secundarias, obteniendo una base de datos. | Salida de Campo. Identificación de actores clave. Agendamiento de citas. Aplicación de entrevistas y encuestas. Aplicación del Check List.  | Check list<br><br>Fichas del MINTUR      | Tabla 14 (Check list)<br><br>Base de datos con todos los atractivos del cantón |
| Diseñar productos turísticos del cantón en función de los planes de desarrollo y la realidad de los territorios.                                | Salida de campo. Análisis de las características del destino. Conceptualización del producto turísticos. Diseño del producto turístico. Plan de acción para el desarrollo del producto turístico. | Promperú                                 | Tabla 20<br>Tabla 22 (ficha de ruta)<br><br>Rutas propuestas                   |
| Crear estrategias de promoción y difusión mediante el University Tourism Center.  | Salida de campo. Identificación de cualidades positivas y negativas.  | Matriz FODA<br>MEFE-MEFI<br>FODA cruzado | Tabla 40<br>Resumen de estrategias   |

## **7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA**

El presente proyecto se basa en función a la ley del turismo que contempla la conceptualización, prestación de servicios y actividades turísticas que trabajan de manera conjunta generando oportunidades para la sociedad. Además, la intervención del Plan Sectorial de Turismo, promueve la dinamización de la economía mediante el uso de los

atractivos en base a la sostenibilidad, y el fomento de los emprendimientos con fines turísticos según lo propuesto por Olsen (2021).

El plan nacional de desarrollo turístico será participe en un desarrollo turístico sostenible, manteniendo el equilibrio entre los ámbitos: económicos, socio-cultural y ambiental. Por lo tanto, las estrategias que se realicen estarán basadas en el crecimiento económico, en la elaboración de productos que promuevan la cultura, mejoren la calidad de vida de los locales, generando oportunidades de empleo, y el desarrollo sostenible de los atractivos naturales por la *ley de turismo (2014)*.

### **7.1 Turismo**

Los profesores de la Universidad de Berna, W. Hunziker y K.Krapf, dan su primer acercamiento a la definición del turismo mencionando que es el desplazamiento de un lugar a otro, diferente al de su residencia por un cierto periodo sin esperar una remuneración, es decir el turismo provoca un desplazamiento voluntario con la finalidad de conocer un lugar Sancho et al (2011).

Los destinos que receptan turistas han fomentado la práctica de actividades complementarias que el turista puede realizar durante el tiempo de estancia, lo que conlleva a la vinculación del término turismo con el término vacaciones. En su concepto del turismo Sancho (2011) menciona que las personas se trasladan a un lugar por algún motivo; es decir existentes diferentes impulsos como: salud, aventura, investigación, o negocios.

Según la ley de turismo (2014) del Ecuador, en el artículo 3 menciona que la actividad turística está desarrollada por personas jurídicas o naturales que se dediquen a la prestación de servicios remunerados: alojamiento, alimentos y bebidas, transporte, ocio y recreación, entre otros. El recurso turístico engloba cada uno de los atractivos que posee un lugar

determinado como el patrimonio natural y cultural, por lo que Amaiquema (2015), afirma que cada bien material o inmaterial llama la atención del turista y motiva a visitar el atractivo.

Esta actividad según el plan nacional de turismo ha fortalecido la economía local, ha mejorado la calidad de vida, y ha generado oportunidades de empleo en la localidad lo que permite afirmar la idea de Poveda (2018) y Ronquillo (2015). Sin embargo, la evolución del turismo ha traído consigo un desarrollo de los turistas por vivir experiencias genuinas, más la aplicación de la tecnología del mundo moderno complementando la idea de Letona (2018) es decir el viaje y la tecnología trabajan en conjunto en una necesidad de la mentalidad millennial, garantizando su experiencia.

De acuerdo al reglamento general de actividades turísticas Bejarano (s. f.) se evidencia la participación de la infraestructura la cual mantiene un status al referirse a todos los servicios ofrecidos al cliente, además, reglamentos generales que pueden ayudar a la mejora de las actividades y ofrecer un producto más eficaz.

## **7.2 Sistema Turístico**

Según Sancho (2011) y Pineda et al (2019) en la actividad turística existen interrelaciones de diferentes componentes que hay que considerar desde una óptica metódica, es decir, son elementos que interactúan entre sí evolucionando dinámicamente por lo tanto, el sistema turístico está constituido por 4 elementos fundamentales: la demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores de mercado como muestra la (figura 1, pág. 10), mismos que conforman un sistema estructurado para que se ejecute de manera eficaz la actividad turística.

De acuerdo con Varisco (2013), este sistema ofrece una explicación clara del desarrollo del turismo, desde las relaciones e interacciones que acurren con los elementos hasta los impactos positivos y negativos que ocurre al momento de practicarlo.

**Figura 1***Sistema Turístico*

*Nota: tomado de la Introducción al turismo (Sancho et al., 2011) para la OMT*

**7.2.1 La Demanda Turística**

En el año 1949, ya existe una confusión de terminologías para denominar una persona que realiza turismo, el autor Sancho (2011) hace un acercamiento a la diferencia de términos entre el turista y el viajero, el primer término es atribuido a personas que desde el momento en que llegan a un destino están pensando en regresar, mientras que en ocasiones el segundo no regresa nunca.

Sin embargo, la OMT (1995) distingue otro término denominado visitante que se le atribuye a las personas que se desplazan a más de dos países o a más de dos zonas diferentes al de su residencia en su país de origen. Además, los turistas internos e internacionales se clasifican en turistas que pernoctan, es decir que permanece una noche en un establecimiento de alojamiento, mientras que el visitante del día no hace uso de un alojamiento.

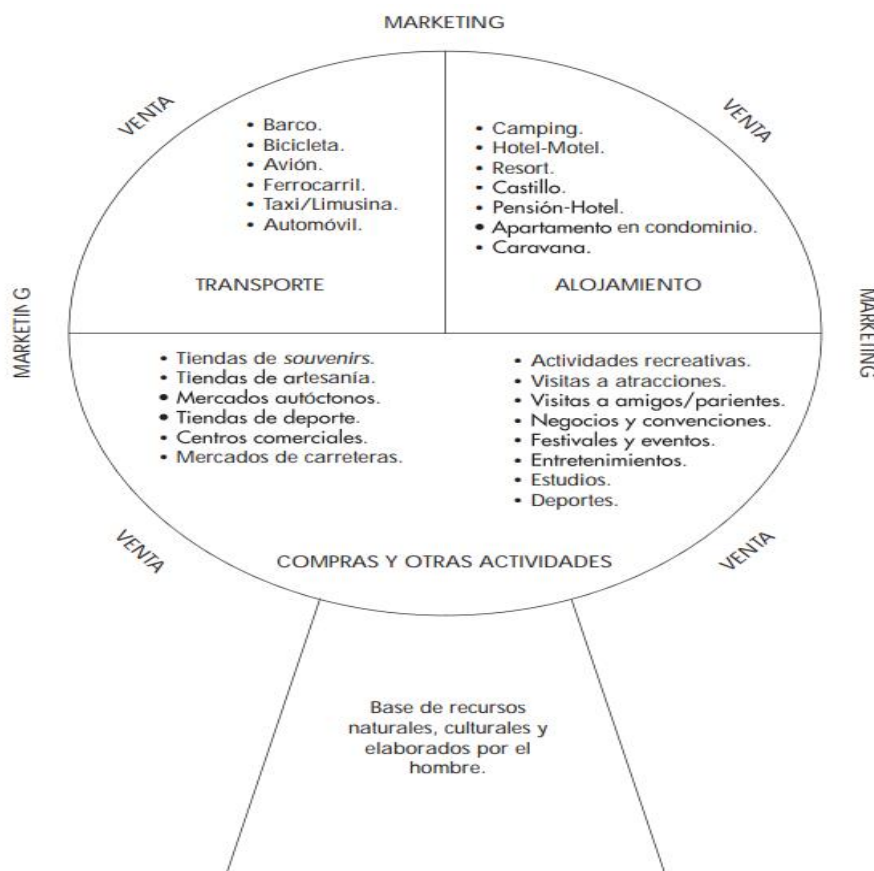
Por lo tanto, con la idea de Varisco (2013) las distintas nomenclaturas que se les atribuye a una persona que realiza turismo como: turista, viajero, o visitante, son los que están interesados en adquirir un producto turístico en un determinado destino.

## 7.2.2 La Oferta Turística

La oferta turística se define como el conjunto de productos turísticos y servicios que están puestos a disposición del turista en un destino determinado, garantizando su disfrute y consumo, dentro de un destino turístico la oferta está a disposición de la demanda. Así, la OMT (1996) se apoya en el concepto de gastos turísticos para asemejar diferentes clases de oferta turística según dónde se realice este gasto. Llegando a la conceptualización de que es todo gasto de consumo efectuado por cuenta de un turista, durante el tiempo que dure su estancia en el lugar de destino.

**Figura 2**

*Actividades y oferta turística*



*Nota: Tomado de la introducción al turismo (Sancho et al., 2011) para la OMT*



En la figura 2 se puede evidenciar los distintos elementos que intervienen en la oferta turística: transporte, alojamiento, alimentación, ocio y recreación, etc. Los elementos mencionados están conformados en los diferentes productos turísticos y la comercialización de los mismos se pueden dar de manera autónoma; el establecimiento o servicio se hará cargo del comercio. Por el contrario, mediante una agencia de viajes se ofertará de manera conjunta, es decir la agencia diseña un producto turístico en el cuál intervienen elementos seleccionados y de esta manera se oferta un plan turístico de acuerdo a la demanda.

### **7.2.3 Espacio Geográfico**

Haciendo referencia a las ideas de Varisco (2013) y Sancho (2011) el espacio geográfico que constituye el sistema turístico es la base física en donde se relaciona la oferta y la demanda, y es el territorio dónde se asientan los habitantes de la población. En el turismo se lo denomina de diferentes formas que se muestran a continuación: El espacio turístico es la zona geográfica fija donde se asienta la oferta turística, y donde la demanda tiene que desplazarse para adquirir los productos turístico. Destino turístico para Bull (1994) es el país, región o ciudad hacia la que se dirigen los turistas, viajeros o visitantes, teniéndolo como su principal objetivo.

En el año 1993, el autor Cooper definió al destino turístico como la concentración de instalaciones y servicios, es decir el destino turístico debe estar compuesta por infraestructura, actividades complementarias, recursos naturales y culturales, mismos que serán consumidos por la demanda y cumplirán con las expectativas de la misma.

### **7.2.4 Operadores Turísticos**

Los operadores turísticos según Sancho et al (2011) son aquellos funcionarios que participan de la actividad turística, como intermediarios entre los consumidores que representan la demanda (el viajero, el turista, el visitante) y la oferta (bien o servicio, destino

turístico), Las operadoras también extienden su servicio como intermediarios hasta los productos turísticos que son todos los establecimientos prestadores de servicios, actividades, atractivos turísticos de los que la demanda va a disponer durante su tiempo de estancia. Sin embargo, Quijije (2022) menciona que en la actualidad las operadoras se preocupan por la gestión y la influencia hacia la demanda, por lo que la gestión administrativa siempre debe estar desarrollada para competir.

### **7.3 Producto turístico**

Diferentes autores resaltan que el producto turístico se enfoca principalmente en la opinión del cliente, mismo que señala al producto como todos los servicios que el turista recibe (alojamiento, transporte, restaurante, ocio y recreación) y la adición de los atractivos y los recursos humanos así tenemos en cuenta lo mencionado por Cuenca et al (2020). Por lo tanto, para la elaboración de productos turísticos, todos los elementos del sistema turístico intervienen para la comercialización, oferta, promoción y difusión con los visitantes, viajeros y turistas.

El producto turístico es un conjunto de prestaciones materiales e inmateriales que se promociona con la finalidad de satisfacer las necesidades, deseos o expectativas de la demanda turística. Por lo tanto, el producto turístico está compuesto por atractivos, establecimientos prestadores de servicio, e infraestructura. Para que el turismo tenga un correcto funcionamiento según Moreno & Coromoto (2011), la cultura y el patrimonio natural de un determinado destino es importante para configurar la oferta mediante la elaboración de productos turísticos, la combinación de aspectos ambientales, socioculturales y económicos que puedan transformar el ámbito territorial y cultural de la actividad.

El producto turístico está conformado por cuatro elementos fundamentales: atractivos turísticos, infraestructuras, empresas y servicios turísticos. Los atractivos turísticos pueden

ser relacionados con la naturaleza, con la historia, o con la cultura viva del destino turístico. Ej. Para el producto turístico religioso se toma en cuenta la historia y la cultura por la que ha pasado una población determinada, es decir conocer costumbres y tradiciones religiosas con las que se identifican desde sus inicios hasta la actualidad mostrando los cambios y lo que se practica en la actualidad.

Sin embargo, tomando la idea de Arce et al (2020) y Nasimba (2015) el diseño de productos turísticos en el país, debe tener en cuenta tres variables importantes que se relacionan entre sí: facilidades, atractivos y accesibilidad, con la finalidad de poder diseñar diferentes tipos de productos turísticos en un determinado territorio y garantizando la experiencia del turista.

#### **7.4 Atractivos Turísticos**

En cuanto a terminologías existen dos categorías conceptuales que se parecen, el recurso turístico y el atractivo turístico afirmando la idea de Navarro (2015), el recurso turístico está estructurada por los bienes y servicios, permitiendo la actividad turística. Por otra parte, los atractivos turísticos son elementos naturales o culturales, dando como resultado la satisfacción de la demanda de acuerdo con Valdivieso (2012).

Para la demanda los atractivos turísticos son íconos principales que reflejan la historia, cultura, estilo de vida, e identidad de las comunidades, afirmando lo mencionado por Vejsbjerg (2012) y Otero (s.f.), cuando a los atractivos se les concede un valor, automáticamente ya existe un mercado específico y la oferta también aumenta con diferentes actividades de ocio y recreación. Además, la mejora de la infraestructura facilitará los diferentes servicios a disposición de la demanda. Es importante destacar que atractivo turístico y recurso turístico pueden ser utilizados de la misma manera, por lo que el significado de estos dos términos dependerá de los autores y entidades.

## **7.5 Infraestructura**

Haciendo referencia a Gaibor (2019) la infraestructura turística se constituye por los recursos que posee un atractivo, es decir la infraestructura es cuidadosamente estudiada con la finalidad de construirla de acuerdo al sitio. Por lo tanto, para la construcción en zonas naturales se debe tener muy en cuenta los materiales a utilizarse, los impactos negativos que puede ocasionar una construcción y el uso adecuado de los recursos haciendo referencia lo que menciona Barrantes (2013).

Según la *Ley de turismo (2014)* del Ecuador, para que el turismo se desarrolle efectivamente la infraestructura turística cumple un papel importante fortaleciendo las actividades turísticas con los elementos básicos para que un atractivo promocióne una imagen alta en calidad de servicios y de esta manera el turista garantice su estancia.

## **7.6 Tipologías de Productos Turísticos**

Según Amador (2021) existen un sin número de clasificaciones para realizar turismo, por lo que no se puede definir con tanta precisión. A continuación, se describirá una breve clasificación según la ubicación geográfica del cantón en el que se realizar diferentes tipos de actividades.

### **7.6.1 Turismo de naturaleza**

Esta tipología tiene su desarrollo en espacios naturales protegidos, en donde el hombre no ha dejado rastro o, si lo ha hecho, ha sido de carácter no significativo. Este tipo de turista aprecia el paisaje, la flora y la fauna. Según Rubio (2016) y Quintana (2017) este turismo cada vez es más demandado (aunque sigue siendo un turismo de minorías), debido a la aspiración por parte del turista de entrar en contacto con la naturaleza, para huir de problemas de salud y de las aglomeraciones, tráfico, ruido que existen en las grandes ciudades. La relevancia de este turismo es el tipo de infraestructuras y servicios que lo

caracterizan y que son amistosos con el ambiente por el bajo impacto, tales como campings y refugios. La naturaleza toma el rol más destacado como recurso turístico, de acuerdo con Bertonecello (2018) debido a la diversidad de actividades de ocio y recreación que han incrementado considerablemente en torno al post covid19. Además, la práctica del turismo ha valorado el patrimonio natural y ha puesto en marcha planes de preservación y conservación que mantenga los atractivos naturales, evitando la degradación de los mismos.

### **7.6.2 Ecoturismo**

El ecoturismo promueve actividades en la naturaleza con la finalidad de cuidar y proteger el medio ambiente. Además, afirmando la idea de Peñaherrera (2014) se adquiere conocimientos de poblaciones que han habitado en el entorno y la biodiversidad de especies de flora y fauna del territorio.

Según Medina (2018) la implementación de una gestión en el territorio donde se practica el ecoturismo es importante para la preservación del entorno y lograr una sostenibilidad. Es decir, mantener el equilibrio entre los ámbitos cultural, ambiental y económico, mediante acciones que promuevan la preservación y conservación del lugar. Ya que el nuevo modelo de turismo ha traído consigo aspectos negativos que pone en riesgo la estructura de la naturaleza.

### **7.6.3 Turismo de aventura**

El turismo de aventura de acuerdo con Carvache et al (2018) nace de una demanda enfocada en realizar actividades de alto riesgo en el entorno natural, mismas que necesitan de habilidades físicas y equipos de protección que garanticen el bienestar de la demanda. Además, según Moral (2013) las actividades también tienen niveles de riesgo por lo que se acoplan a los diferentes tipos de demanda que llegan a un determinado destino y la alianza que tiene con los diferentes tipos de turismo como el deportivo.

#### **7.6.4 Turismo Rural**

Afirmando lo que menciona Varisco (2016) el turismo rural es una forma de turismo alternativo, ya que se ha evidenciado en la demanda el interés de realizar actividades de ocio en el campo, los desplazamientos a destinos rurales tienen la finalidad de conocer estilos de vida de la comunidad que habita en un determinado territorio. Además, el uso de los atractivos de la naturaleza más los recursos de la comunidad complementan y fortalecen la afluencia de turistas.

#### **7.6.5 Turismo Cultural**

Como menciona el autor Amador (2021), este tipo de turismo brinda la oportunidad de poder conocer y experimentar los estilos de vida que posee un lugar específico, dejando una experiencia genuina a los turistas y la retribución para el sustento de la misma. Sin embargo, los autores Villalva (2021) y Jácome (2019), hacen referencia que el patrimonio material e inmaterial de un determinado lugar ha desarrollado más interés en el turismo, integrando a la sociedad y el acercamiento a los pueblos.

#### **7.6.6 Turismo Comunitario**

De acuerdo con Cabanilla (2018) este tipo de turismo ha sido desarrollado por comunidades teniendo un objetivo claro que es el de beneficiar a todos los integrantes de un grupo, además, está diseñado para preservar y conservar áreas por lo que también tiene un vínculo con el turismo sostenible. Además, afirmando la idea de García (2016) y Rodas et al (2015) este tipo de turismo es conocido como turismo solidario en el que las comunidades se ven beneficiadas por la retribución económica de los visitantes.

#### **7.7 Destino Turístico**

De acuerdo con Contreras (2021) y Leonard et al., (2021) mencionan que el destino turístico es un área determinada en la que se puede evidenciar un gran número de turistas.

Además, el término destino hace referencia a los atractivos naturales y culturales los cuales llaman la atención de una gran cantidad de turistas.

Sin embargo, afirmando lo que menciona Carballo et al., (2021) un destino turístico debe brindar una seguridad total al turista para poder competir y posicionarse dentro del mercado.

### **7.8 Marketing Turístico**

Al referirnos a la terminología Marketing, hace referencia a las ventas, por lo tanto, los comerciales o anuncios que se realizan de un determinado producto son el núcleo de información, con la finalidad de captar la atención de los posibles consumidores (Ballina, 2017). De esta manera Cornelio, (2019) menciona que las empresas turísticas han optado por diseñar un plan de marketing como herramienta para posicionarse de manera efectiva en el mercado.

La elaboración de estrategias es importante en un plan de marketing, permitiendo la comercialización de los productos turísticos ofertados en el país a turistas nacionales y extranjeros, la promoción del destino, y el desarrollo turístico sostenible y sustentable (Pisco et al., 2019). Haciendo referencia la idea de Martínez et al (2019) las redes sociales son una de las principales fuentes de información en la actualidad, por lo que ha permitido una colaboración para el desarrollo del turismo.

## **8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS**

### **¿Cuál es la situación de los atractivos turísticos en el cantón?**

En primera instancia y mediante la revisión de un documento en el que se encuentran los atractivos y sus respectivas fichas, identifica que el cantón Sigchos cuenta con 88 atractivos (tabla 13) entre naturales y culturales. No obstante, mientras se realizaba el Check

list, se identificaron platos gastronómicos como el Cariucho, Runaicho y la Boda, los cuales ya nos son preparados debido a la aculturación y fiestas realizadas en sus respectivas fechas. Dando como resultado que el cantón Sigchos cuenta con un total de 70 atractivos entre naturales y culturales (tabla 14).

### **¿Qué tipo de productos turísticos se pueden crear en el cantón?**

Sigchos posee una ubicación privilegiada en los andes ecuatorianos, rodeada de una gran variedad de elevaciones, se identificó que el turismo de naturaleza es el principal potencial del lugar y en el que se pueden diseñar productos turísticos relacionados con la aventura, y actividades como el trekking, rapel, ciclismo y camping, que se pueden ofertar y practicar en la zona. En consecuencia, de las 52 encuestas realizadas a los turistas, se realizó el perfil del turista ideal del cantón (tabla 19).

### **¿Cuáles son las mejores estrategias que se van a difundir mediante el University Tourism Center?**

Las estrategias apropiadas para mejorar el turismo el cantón Sigchos fueron analizadas mediante la matriz FODA, en la que se seleccionaron los principales atributos y deficiencias; después se dividió las variables en la matriz interna MEFI y la matriz externa MEFE, dando valores de peso e importancia a las estrategias para conocer cuáles son las que se utilizarán en la siguiente matriz; tras la valorización la matriz estratégica y la relación de las variables se realizaron estrategias que puedan solventar problemáticas futuras; y la matriz de impacto identificará las estrategias más adecuadas para que el cantón cumpla con un desarrollo turístico eficaz involucrando a los pobladores y las autoridades (Tabla 40) en la que se pueden evidenciar las estrategias para el desarrollo del turismo en el cantón.



## 9. METODOLOGÍAS

### 9.1 Validación del Inventario

La validación del inventario de atractivos turísticos existentes en el cantón, mediante fuentes primarias y secundarias, generando una base de datos. Para ello se utilizará la metodología diagnóstica – bibliográfica, en la que se analizará información previamente inventariada y que se encuentra en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, catastro turístico, o plan de desarrollo turístico del cantón Sigchos. Posteriormente se extraerá el total de atractivos turísticos existentes en el cantón Sigchos.

#### 9.1.1 Matriz Check list

**Tabla 3**

*Matriz Check list*

| CHECK LIST |                          |            |     |           |            |     |     |           |     |        |     |           |                   |    |     |
|------------|--------------------------|------------|-----|-----------|------------|-----|-----|-----------|-----|--------|-----|-----------|-------------------|----|-----|
| N°         | Nombre del atractivo     | Inventario |     | Atractivo | Viabilidad |     |     | Propiedad |     | Acceso |     | Distancia | Servicios básicos |    |     |
|            |                          | Can        | Par |           | Nat - Cul  | 1er | 2do | 3er       | Púb | Priv   | Asp |           | Aut               | km | Agu |
| 1          | Aguas termales Yana Yaku | Chugchilan |     |           |            |     |     |           |     |        |     |           |                   |    |     |
| 2          | Bosque nublado de Moreta |            |     |           |            |     |     |           |     |        |     |           |                   |    |     |

*Nota: adaptado de (Ejemplo de Check List / PDF, s. f.)*

Mediante una visita in situ se aplicará el Check list que determinará la existencia de los atractivos turísticos ya inventariados y permitirá el levantamiento de información de los atractivos que no están inventariados.

### 9.1.2 Fichas MINTUR

Las fichas que se aplicarán para el levantamiento de información serán las del MINTUR, en el caso de que se encuentren atractivos nuevos. A continuación, se presentará una descripción de la ficha del MINTUR y el modelo encontrada como apéndice para el correcto llenado (MINTUR, 2017).

#### 9.1.2.1 Código del Atractivo.

##### Figura 3

*Códigos de la ficha MINTUR*

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

Nota: Tomada de la guía para el levantamiento de atractivos turísticos del Ecuador MINTUR (2017).

En este apartado encontraremos casilleros que serán llenados por un total de 17 dígitos únicos e irrepetibles, conformado por: provincia, cantón, parroquia, categoría, tipo, subtipo, jerarquía y número de atractivo inventariado.

Los datos se obtendrán de:

- Los códigos que pertenecen a la división política del Ecuador es obtenida del clasificador geográfico del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC).
- La categoría, tipo y subtipo se encontrará en la clasificación de atractivos turísticos.

- En función de criterios ya establecidos se jerarquizará en un rango de (recurso, I, II, III, y IV).
- Los últimos tres dígitos serán el orden de levantamiento de los atractivos encontrados en un determinado lugar, iniciando desde 001.

#### **9.1.2.2 Datos Generales.**

En esta sección se detallará el nombre del atractivo, la categoría, tipo y subtipo, datos que se encontrarán en la clasificación de atractivos (Apéndice 4).

#### **9.1.2.3 Ubicación del Atractivo Turístico.**

En este apartado se detallará la ubicación geográfica del atractivo dentro del área nacional, describiendo provincia, cantón y parroquia. Además, la localización correspondiente a la calle principal, número, transversal, barrio y sitio poblado más cercano. Se tomarán las coordenadas geográficas (latitud y longitud) o coordenadas cartesianas (UTM) del atractivo, adicionalmente los metros de altura sobre el nivel del mar.

La opción inmersa en un espacio turístico, hace referencia si el atractivo forma parte de un espacio turístico determinado, Parque Nacional Cotopaxi, Reserva Ecológica Ilinizas, etc. (Apéndice 4).

#### **9.1.2.4 Características climatológicas.**

Se encontrarán campos como clima en el que se detallará si es seco, húmedo, cálido; el rango de temperatura en el cual varía la zona, y la precipitación pluviométrica (mm).

#### **9.1.2.5 Accesibilidad al Atractivo Turístico.**

En esta sección se detallará si el acceso al atractivo es libre, restringido o pagado; se colocará el rango del valor que puede costar el acceso al atractivo; los diferentes tipos de pago (efectivo, tarjeta, transferencia); el horario de operación (ingreso – salida) del atractivo;

y se especificará los días de atención. La temporalidad del atractivo hace referencia a la afluencia de turistas alta o baja especificando los meses de cada una.

La facilidad para las personas con discapacidad será detallada para conocer si existe accesibilidad (infraestructura) adecuada para el desplazamiento de dicha persona (Apéndice 4).

#### **9.1.2.6 Conectividad al atractivo turístico.**

En este apartado se detallarán las vías de acceso, y la consideración de las mismas, hacia el atractivo estas pueden ser terrestres, aéreas, o acuáticas. La comunicación hace referencia a la conectividad tecnológica que existe en el atractivo como: telefonía, internet o radio. (Apéndice 4). La señalización se tomará en cuanto desde la aproximación al atractivo y la que se encuentre dentro del atractivo, además de calificar en un rango de bueno, regular o malo.

El poblado urbano cercano más importante, hace referencia a la zona urbana más cercana al atractivo ya que dispondrá de: servicios turísticos, servicios complementarios e infraestructura básica para la atención del turista, se detallará el nombre la distancia y el tiempo de viaje hacia el lugar. En los tipos de transporte y frecuencia, se llenarán de acuerdo a los diferentes medios de transporte que se utilizan para llegar al atractivo, y la frecuencia entre las que se podrá seleccionar: diaria, semanal, mensual, o eventual (Apéndice 4).

#### **9.1.2.7 Planta Turística.**

En este apartado se seleccionarán los servicios con los que cuenta el atractivo como: alojamiento, alimentos y bebidas, agencia de viajes, intermediación, transporte o movilización interna, guianza u otros (Apéndice 4).

Las facilidades turísticas son elementos complementarios y de apoyo implantados en el área del atractivo, con la finalidad de reforzar la experiencia turística y minimizar el impacto ambiental (Apéndice 4). Los servicios complementarios son aquellos como parqueaderos, servicios de transporte, bancarios, los cuales pueden estar en el atractivo o en el poblado más cercano (Apéndice 4).

#### **9.1.2.8 Estado de conservación del atractivo e integración atractivo / entorno.**

En este apartado se detallará el estado de conservación del atractivo y del entorno seleccionando las opciones como: conservado, alterado, en proceso de deterioro o deteriorado (Apéndice 4). Los factores de deterioro serán divididos en naturales y antrópicos. Además, se calificarán variables como: la armonía con el paisaje, la declaratoria del atractivo, y las amenazas naturales.

#### **9.1.2.9 Higiene y seguridad turística.**

En esta sección se detallará si el atractivo cuenta con agua, energía eléctrica determinando su procedencia, el alcantarillado, salud y seguridad (Apéndice 4).

#### **9.1.2.10 Políticas y regulaciones.**

En esta sección hace referencia a detallar si en el atractivo turístico se halla incluido dentro de los planes de ordenamiento y desarrollo territorial, además de determinar si la operación cumple con la normativa vigente para las actividades que se desarrollan tanto en el atractivo como en su entorno e identifica al administrador del mismo (Apéndice 4).

#### **9.1.2.11 Actividades.**

En este apartado, se identificarán las actividades que se practican en el atractivo están relacionadas para el caso de los atractivos naturales (agua, aire, superficie terrestre) con aquellas concernientes a turismo de aventura en la mayoría de casos; para los atractivos

culturales las actividades consideradas están en función de características tangibles e intangibles (Apéndice 4).

En el apartado de manifestaciones culturales se tomarán en cuenta únicamente los atractivos que sean de índole cultural (Apéndice 4).

#### **9.1.2.12 Difusión y medios de promoción del atractivo.**

En esta sección se identificará el nivel de difusión que tiene el atractivo puede ser local, regional, nacional o internacional; los medios por los que se promociona el atractivo; Además, se identificarán atractivos cercanos con la finalidad de promocionar los demás atractivos (Apéndice 4).

#### **9.1.2.13 Tipo de visitante y afluencia.**

Se tomará en cuenta si el visitante es local, nacional o extranjero, el tipo si es turista o excursionista y la frecuencia con la que se desplazan turistas al lugar (Apéndice 4).

#### **9.1.2.14 Recurso Humano.**

En esta sección hace referencia al talento humano profesionalizado o capacitado en turismo con el que cuenta el atractivo turístico para su manejo turístico (Apéndice 4).

#### **9.1.2.15 Descripción del atractivo.**

Se detallará la información relacionada con el atractivo en el que se muestren datos relevantes que aporten a una información sistematizada (Apéndice 4).

#### **9.1.2.16 Anexos.**

Se presentarán archivos fotográficos en formato JPEG incluyendo la fuente de la fotografía, se añadirá la ubicación geográfica con la utilización de una herramienta como Google Earth.

Finalmente se establecerán las firmas de responsabilidad de quienes participaron en la elaboración de la ficha, campos que deben ser completados en su totalidad (Apéndice 4).

## **9.2 Manual para la Planificación de Productos Turísticos**

### **9.2.1 *Análisis del destino turístico***

En este apartado se pretende realizar un análisis del área de estudio que permitirá identificar el tipo de target ideal, para poder desarrollar productos turísticos ideales mediante la oferta y las características específicas que presenta el target. De esta manera, se continuará desarrollando productos que satisfacen las necesidades de los turistas.

#### **9.2.1.1 Delimitación del destino turístico.**

Consiste en elegir en que ámbito se va a desarrollar el producto turístico para ello se tomará en cuenta aquellos atractivos que están inventariados y aquellos que tengan mayor fluidez turística. Características de los ámbitos: atractivos, actividades, accesibilidad, servicios básicos, y servicios directamente relacionados con la actividad turística.

##### **9.2.1.1.1 Atractivos.**

Los atractivos en el cantón Sigchos serán validados mediante una matriz de Check list y serán determinados por su categoría (culturales o naturales), si cuentan con servicios básicos y se describirá si su acceso es en automóvil o a pie (en el caso de que sea a pie se tomará la distancia de desde el punto en el que se deja el automóvil hasta el atractivo).

##### **9.2.1.1.2 Actividades.**

Las actividades estarán propuestas en base a los atractivos naturales y culturales, por lo tanto, se identificarán según los diferentes espacios como: trekking, ciclismo, camping, rapel, escalada, u observación de especies.

### 9.2.1.1.3 Accesibilidad.

En este punto se determinarán los transportes y redes viales con las que cuenta el cantón, para la movilización del turista por todo el territorio con destino a los atractivos.

### 9.2.1.1.4 Servicios básicos.

Se identificarán los servicios básicos con los que cuenta el cantón como: energía eléctrica, salud, agua, telecomunicaciones, bancos o seguridad, etc.

### 9.2.1.1.5 Servicios directamente relacionados con la actividad turística.

En este apartado estarán inmersos los establecimientos prestadores de servicios existentes en el cantón, como: alojamiento, tiendas, lugares de camping, restaurantes, etc.

## 9.2.1.2 Análisis del mercado turístico.

### 9.2.1.2.1 Análisis de la demanda turística.

#### *Tabla 4*

#### *Criterios de Valor*

| Cuantitativo                            | Cualitativo   |
|---|---|
| Volumen total de la demanda             | Caso nacional: regional, intrarregional e interregional |
| Porcentaje actual sobre pernoctaciones  | Extranjero (fronterizo, corta larga distancia)          |
| Estacionalidad/ periodicidad            | Nivel socioeconómico, nivel cultural y aspiraciones     |
| Gasto medio                             | Satisfacción post viaje                                 |
| Estabilidad de la demanda               |   |
| Perspectivas de crecimiento del mercado |   |

*Nota: Adaptado de Promperú (Manual para la Planificación de Productos*

*Turísticos, 2014)*

El propósito 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.



### 9.2.1.2.2 Análisis de la oferta turística.

Son todos 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.

**Tabla 5**

*Análisis de la oferta*

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| <b>Infraestructura</b>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transporte.</li> <li>• Comunicaciones e información.</li> <li>• Servicios básicos</li> <li>• Salud.</li> <li>• Seguridad.</li> </ul>   |
| <b>Recursos turísticos</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Flujo de visitantes.</li> <li>• Temporalidad.</li> <li>• Administración a cargo.</li> <li>• Instalaciones turísticas y equipamiento.</li> <li>• Actividades que se realizan in situ.</li> <li>• Imagen.</li> </ul>   |
| <b>Instalaciones turísticas</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estado de conservación</li> <li>• Condiciones de uso</li> <li>• Calidad</li> <li>• Capacidad de atención (aforo).</li> </ul>   |
| <b>Actividades turísticas</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores de la actividad.</li> <li>• Precio.</li> <li>• Horario de atención.</li> <li>• Datos de contacto.</li> <li>• Características de la actividad.</li> <li>• Nivel de formalidad.</li> <li>• Nivel de especialización en el servicio.</li> </ul>   |
| <b>Planta turística</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de establecimientos de hospedaje - clasificación y categorización.</li> <li>• Número de restaurantes - clasificación y categorización.</li> <li>• Capacidad de atención.</li> <li>• Nivel de calidad.</li> <li>• Innovación o especialización en el servicio o producto.</li> <li>• Horario de atención.</li> </ul> |

*Nota: Adaptado de Promperú (Manual para la Planificación de Productos*

*Turísticos, 2014)*

### 9.2.1.2.3 Análisis de las Inversiones.

Existen dos proyectos de inversión general, diferenciándolos de aquellos relacionados al turismo. Proyectos de inversión pública que los gobiernos regionales o las municipalidades

desarrollan en la región y los proyectos de inversión privada para la mejora del servicio y oferta.

**Tabla 6**

*Proyectos de inversión*

| <b>Proyectos de inversión turística pública</b>            | <b>Proyectos de inversión turística privada</b> |
|--|---|
| Mejora del servicio turístico instalando recursos públicos | Mejorar la cabida de la oferta turística        |

*Nota: Adaptado de Promperú (Manual para la Planificación de Productos Turísticos, 2014)*

### 9.2.1.3 Análisis del contexto social, político y económico.

**Tabla 7**

*Variables a considerar*

| <b>Análisis Local</b>                              | <b>Análisis Nacional e Internacional</b> |
|--|--|
| • Territorio                                       | • Aspectos económicos                    |
| • Población  | • Aspectos políticos                     |
| • Seguridad y salud.                               | • Uso de tecnología                      |
| • Consumismo y buenas prácticas medio ambientales. |  |
| • Mapa de actores del destino                      |  |

*Nota: Adaptado de Promperú (Manual para la Planificación de Productos Turísticos, 2014)*

Los aspectos considerados incluyen economía, política, cultura, tecnología, demografía, medio ambiente, entre otros. Aunque no dependen directamente de ellos, deben ser estudiados y analizados para determinar cómo afectan a los productos turísticos.

#### 9.2.1.2.5 Análisis FODA del destino turístico

La matriz FODA permite identificar de manera precisa los aspectos positivos y negativos de la zona de estudio para aprovechar sus atributos y solucionar problemas en base a las carencias.

**Figura 4***Análisis FODA*

|                                       | ASPECTOS POSITIVOS   | ASPECTOS NEGATIVOS |
|---------------------------------------|----------------------|--------------------|
| Mercado turístico e inversiones       | <b>FORTALEZAS</b>    | <b>DEBILIDADES</b> |
| Contexto social, político y económico | <b>OPORTUNIDADES</b> | <b>AMENAZAS</b>    |

*Nota: tomada de Promperú (Manual para la Planificación de Productos Turísticos, 2014)*

### 9.2.2 Conceptualización Del Producto Turístico

**Figura 5***Preguntas de conceptualización*

| Construyendo un producto pensando en lo que vemos  | Construyendo un producto pensando en lo que queremos transmitir al turista  |
|--|---|
| ¿Cuál es la temática?<br><i>Ej: cultural, aventura, naturaleza, compras...</i>   | ¿Qué lo hace especial?<br><i>Ej: el lugar, personajes, un evento en particular, una temporada....</i>   |
| ¿Qué actividades se pueden ofrecer?<br><i>Ej: kayak en el lago, fogata con cuenta cuentos, visita al taller artesanal, observación de especies de fauna silvestre, clases de cocina...</i>                                       | ¿Qué recuerdo queremos que se lleve el turista?<br><i>Ej: descubrir historias o momentos que le recuerden a su niñez, descubrir in situ especies de fauna que sólo conocían por televisión, aprender estilos de vida diferentes...</i>              |
| ¿Qué actores locales podrían estar interesados en participar del producto?<br><i>Ej: artesanos, boteros, albergues, arrieros, guías especializados, proveedores de productos locales, operadores de turismo, restaurantes...</i> | ¿Qué expectativas queremos superar ofreciéndole al turista este producto?<br><i>Ej: mostrarles una cara diferente del destino (algo que no esperaban), ofrecerles mayor y mejor cantidad de actividades de las que previamente han recibido....</i> |

*Nota: tomada de Promperú (Manual para la Planificación de Productos Turísticos, 2014)*

### 9.2.2.1 Identificación de productos turísticos potenciales.

Los productos turísticos potenciales siempre deben definirse de acuerdo con el mercado turístico. Esto significa que debe dirigirse a un target específicos, la edad y las preferencias turísticas (naturaleza, cultura, aventura, etc.).

**Figura 6**

*Matriz producto - mercado*

| MATRIZ DE COMPARACIÓN ENTRE PRODUCTO Y MERCADO |            |               |          |          |               |
|--|------------|---------------|----------|----------|---------------|
| Destino:                                       |            |               |          |          |               |
| Producto <sup>6</sup> /Mercado                 | Extranjero |               | Nacional |          |               |
|  | En tour    | Independiente | Local    | Regional | Interregional |
| Bienestar y salud                              |            |               |          |          |               |
| Sol y playa                                    |            |               |          |          |               |
| Patrimonio y cultura                           |            |               |          |          |               |
| Naturaleza                                     |            |               |          |          |               |
| Festividades locales                           |            |               |          |          |               |
| Negocios                                       |            |               |          |          |               |
| Moda y compras                                 |            |               |          |          |               |
| Aventura y deportes<br>extramos                |            |               |          |          |               |

*Nota: tomada de Promperú (Manual para la Planificación de Productos Turísticos, 2014)*

### 9.2.2.2 Identificación de las condiciones necesarias (infraestructura y servicio) que debería tener el producto para poder operar de la forma ideal o esperados.

Los estándares comunes a establecer se determinan en base a los siguientes factores: calidad de servicio, la infraestructura, utilización del espacio, disponibilidad y usabilidad, medidas de seguridad y protección.

**Figura 7***Estándares del producto*

| CONCEPTO DE PRODUCTO       | PÚBLICO OBJETIVO   | CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA |         |                                |                                       |                      | CONDICIONES DE SERVICIO |                                  |                   |                        |                                  |                                      |
|----------------------------|--|--------------------------------|---------|--------------------------------|---------------------------------------|----------------------|-------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|
|                            |  | Embarcadero muelle fluvial     | Mirador | Mapa de información al usuario | Señalización de senderos de cabalgata | Servicios higiénicos | Estaciones de descanso  | Guías bilingües (inglés-español) | Zona para camping | Alojamiento (hostales) | Alojamiento (albergues/ecobogés) | Alimentación (restaurante campestre) |
| <b>Aventura en el lago</b> | Vacacionista nacional, 25 a 34 años, sin hijos, amante de la naturaleza. |                                |         | x                              | x                                     | x                    | x                       |                                  | x                 | x                      |                                  | x                                    |

*Nota: tomada de Promperú (Manual para la Planificación de Productos*

*Turísticos, 2014)*

**9.2.2.2.1 Propuesta de producto turístico.**

Este documento recoge los datos principales de la información recopilada. Se debe llenar uno por cada producto turístico propuesto (Apéndice 20)

**9.2.2.2.2 Participación de actores en las propuestas de productos turísticos.****Tabla 8***Participación actores*

| <b>Gobierno Local</b>                        | <b>Empresarios Locales</b>  | <b>Población Local</b>   |
|--|---|--|
| Disposición económica y apoyo institucional. | Visión de mercado, su proyección empresarial, y capacidad de gestión y participación en propuestas. | Medir la aceptación y comodidad de los productos turísticos desarrollados. |

*Nota: Adaptada de Promperú (Manual para la Planificación de Productos*

*Turísticos, 2014)*

El proceso convoca a diversos actores que desarrollan y dirigen propuestas de productos potenciales, los analizan y priorizan, en función de su conocimiento y experiencia

del destino, para analizar y priorizar productos turísticos en desarrollo, construcción, se inicia con la evaluación de la implementación de la propuesta inicial.

De la misma manera se debe realizar convocatorias a los diferentes gestores, líderes, y emprendedores identificados mediante reuniones grupales y privadas.

### ***9.2.3 Diseño del producto turístico***

El objetivo es sistematizar la información con la que se trabajó anteriormente. Se identificarán las acciones específicas a tomar para desarrollar productos turísticos cuidadosamente seleccionados.

#### **9.2.3.1 Evaluación de productos turísticos propuestos.**

##### **9.2.3.1.1 Análisis de viabilidad de los productos turísticos propuestos**

En este apartado se considerará la factibilidad de los productos turísticos creados en la zona de estudio, de esta manera se seguirán los siguientes pasos:

##### **9.2.3.1.2 Análisis de la demanda**

Mediante encuestas y entrevistas se identificará el tipo de turista que está visitando el cantón Sigchos, además se analizarán las características del target como: gastos, preferencias, edad, nacionalidad, etc. De esta manera se obtendrá el target ideal garantizando la adquisición del producto y su posicionamiento en el mercado.

##### **9.2.3.1.3 Análisis de la oferta**

Este se evaluará al igual que la demanda ya que se necesita una actualización progresiva de la oferta en el mercado, se identificarán atractivos nuevos, mejoras en la infraestructura, mejora en el servicio.

### 9.2.3.1.4 Estimación de tiempo de implementación

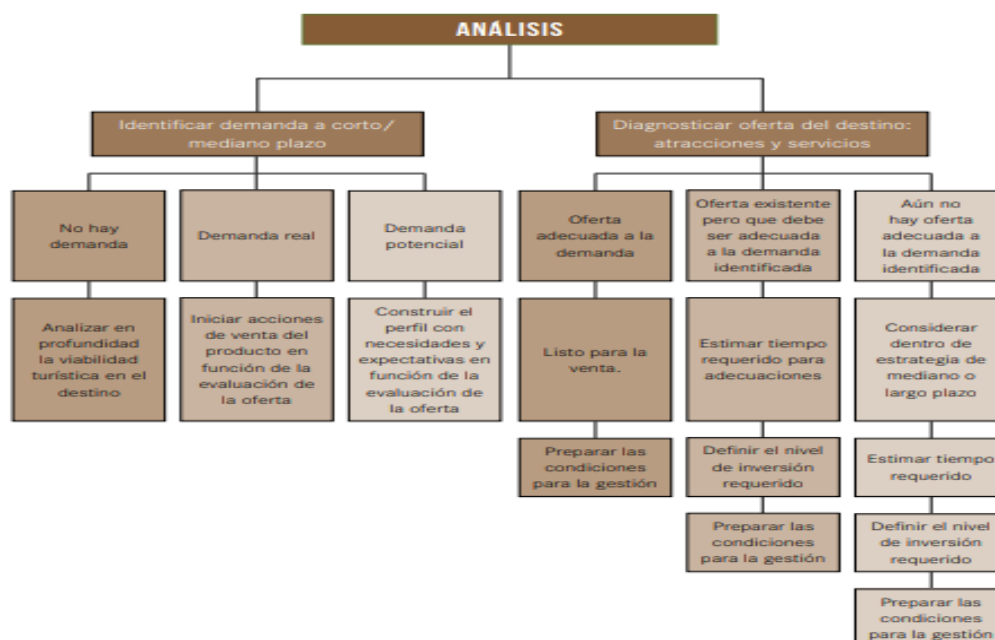
El tiempo se estima desde la implementación de mejoras en el atractivo hasta la visita de la demanda, además, se tomará en cuenta la oferta a corto y largo plazo para el desarrollo turístico.

### 9.2.3.1.5 Evaluación de nivel de inversión

En este apartado se tendrá en cuenta las inversiones tanto públicas como privadas para el desarrollo del producto turístico y contar con la inversión necesaria del mismo. Además, de identificar a profundidad la demanda que va a adquirir el producto turístico creado y la oferta analizando cada una de las variables del target identificado, creando estrategias para su comercialización y solventar futuros problemas en el diseño de productos turísticos.

**Figura 8**

*Análisis de la demanda*



*Nota: tomada de Promperú (Manual para la Planificación de Productos Turísticos, 2014)*

### **9.2.3.2 Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico.**

Identificación y mapeo de los elementos que conforman el producto: recursos turísticos, atractivos turísticos, planta turística, infraestructura y actividades complementarias.

### **9.2.3.3 Evaluación de las condiciones actuales del producto turístico.**

Se debe evaluar la capacidad de los sitios o servicios para adecuarse a estas demandas, debido a su entorno considerar la capacidad de carga de lugar, la situación social y ambiental, vulnerabilidad, riesgos o capacidad de gestión busca implementar una adecuada implementación, control, monitoreo y gestión del producto turístico.

### **9.2.3.4 Validación de la propuesta inicial de producto con intermediarios y consumidores.**

Se deben realizar espacios para intercambiar ideas acerca del producto turístico en los cuales se compare el producto diseñado con otros productos ya existentes. Dando como resultado, una cadena de ideas que mejoren el producto y solucionen ciertos inconvenientes a la hora de ejecutar el proyecto.

### **9.2.3.5 Determinación de las necesidades de intervención pública y privada.**

En este apartado se identificarán las condiciones económicas del producto turístico para la puesta en marcha del mismo. Las inversiones que se realizarán en el proyecto estarán ligadas a las carencias previamente estudiadas en la zona.

### **9.2.3.6 Gráfico del Producto Turístico.**

El diseño del mapa del producto turístico en el que se identificarán los recursos y actividades que son parte de la ruta.



**Figura 9**

*Ejemplificación de un producto turístico*



*Nota: tomada de Promperú (Manual para la Planificación de Productos Turísticos, 2014)*

## 9.2.4 Plan de acción para el desarrollo del producto turístico

### 9.2.4.1 Conformación del comité local para la gestión y desarrollo del producto turístico.

Se formará un comité en el que se impulse el desarrollo y promoción del producto turístico. En este sentido, los miembros de esta Comisión deben comprometerse a:

- Asegurar el desarrollo de productos turísticos sostenibles y competitivos de manera colaborativa y participativa.
- Facilitar el patrocinio y la implementación de actividades.
- Contribuir al desarrollo de productos turísticos.

- Asegurar el uso adecuado de recursos naturales y culturales en beneficio del turismo y la población local.
- Facilitar la participación de los residentes locales en las actividades turísticas.

#### **9.2.4.2 Validación del producto turístico definitivo con gestores y público objetivo.**

Se realizarán comprobaciones del producto diseñado entre los gestores y turistas, para obtener valores de satisfacción mediante las siguientes herramientas:

- Focusgroup
- Encuestas
- Entrevistas

#### **9.2.4.3 Consolidación y validación del plan de trabajo.**

En el plan de trabajo se debe contemplar:

- La priorización de los plazos para cumplir las actividades.
- Análisis sobre la intervención pública y privada.
- Establecimiento de montos o recursos el cumplimiento de cada objetivo.
- Cumplimiento de responsabilidades y compromisos por cada acción.
- Definición del responsable para la coordinación de actividades, seguimiento, monitoreo y convocatoria del comité

### **9.3 Cálculo de la muestra**

Para el cálculo de la muestra de la población tanto para pobladores como para turistas se realizará con la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{N * E^2 + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

Z= parámetro estadístico que depende del nivel de confianza

p= probabilidad de que ocurra el evento estudiado

q= probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

N= Tamaño de la población

E= margen de error

Por lo tanto, se sacará la muestra de la población del cantón Sigchos tomando la cifra del plan de desarrollo y ordenamiento territorial. Se utilizará la fórmula previamente descrita como se muestra a continuación:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{N * E^2 + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

Z= 1.96 corresponde a un nivel de confianza del 95%

p= 0.5 corresponde al 50% de que ocurra el evento

q= (1-p) = (1-0.5) = 0.5 corresponde al 50% de que no ocurra el evento

N= 23326 población de Sigchos

E= 0.05 que corresponde al margen de error del 0.5%

$$n = \frac{1.96^2 * 23326 * 0.5 * 0.5}{23326 * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 378$$

También se utilizó la fórmula para el cálculo de la muestra de la población de los turistas que ingresaron, la cifra se tomó del plan de desarrollo turístico del cantón, y se procedió a medir la muestra:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{N * E^2 + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

Z= 1.96 corresponde a un nivel de confianza del 95%

p= 0.5 corresponde al 50% de que ocurra el evento

q= (1-p) = (1-0.5) = 0.5 corresponde al 50% de que no ocurra el evento

N= 25920 turistas registrados en el año 2019

E= 0.05 corresponde a un margen de error del 0.5%

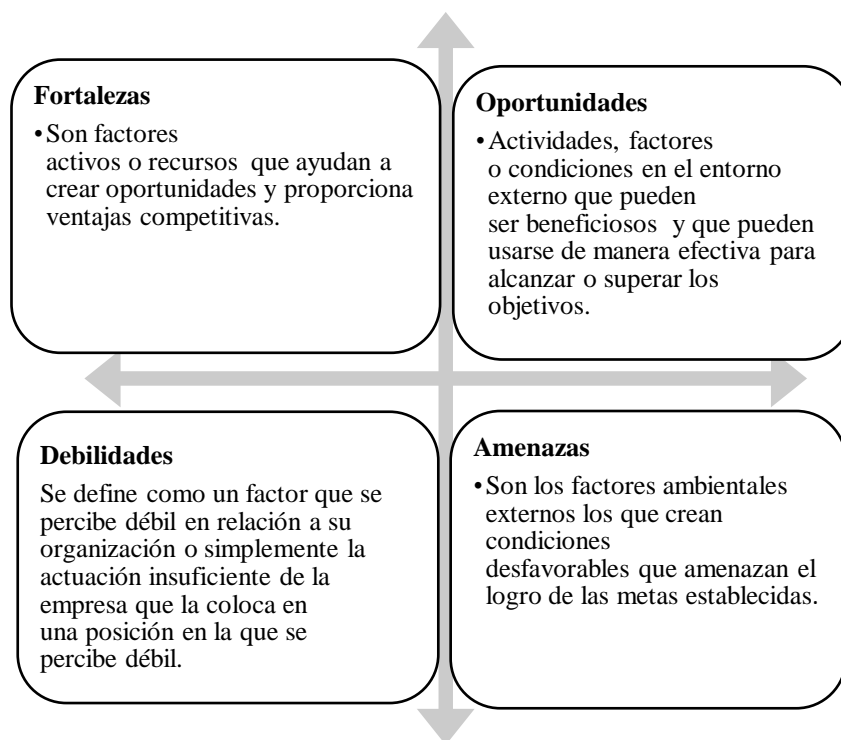
$$n = \frac{1.96^2 * 25920 * 0.5 * 0.5}{25920 * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 379$$

## 9.4 Estrategias

### 9.4.1 Matriz FODA

La matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) es un instrumento que nos permitirá obtener características internas y externas del cantón Sigchos cuyo objetivo es crear un producto turístico que permita crear estrategias de promoción y difusión según lo mencionado por Sarli et al. (2015). Es importante resaltar, que el análisis FODA completo se realizó para la determinación de estrategias; sin embargo, como se describió en la metodología de PROMPERU se usó la matriz FODA también para el cumplimiento en dicho proceso.

**Tabla 9***Matriz FODA*

*Nota: Adaptado de análisis del FODA una herramienta necesaria (Sarli et al., 2015)*

Para realizar una matriz de análisis FODA se debe seguir el siguiente proceso:

- Conocer los atributos de cada elemento del análisis FODA tales como: identificar fortalezas, determinar debilidades, describir oportunidades, reconocer amenazas.
- Es necesario la recolección de elementos de la Estructura Organizacional que servirán para mantener el Análisis FODA, tales como: Misión, Visión, Objetivos Institucionales, Compromisos, entre otros.

#### 9.4.2 Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI).

En esta matriz se realizará la evaluación de fortalezas y debilidades para realizar esta matriz se recomienda tener una lista de las fortalezas y debilidades para su análisis Talancón (2006).

- Establecer un peso entre 0.0 (no importante) hasta 1.0 (muy importante), expresa la importancia respectiva del mismo, y el total de los pesos en debe tener la suma de 1.0.
- Fijar una calificación en orden de importancia, donde el 1 es no importante y el 4 se evalúa como muy importante.
- Realizar la multiplicación del peso de cada factor para su calificación correspondiente, ya sea fortaleza o debilidad.
- Sumar las calificaciones de cada factor para determinar el total de la organización en su conjunto.

**Tabla 10**

*Matriz de evaluación de los factores internos MEFI*

| Factor Analizar    | Peso     | Calificación | Peso Ponderado |
|--------------------|----------|--------------|----------------|
| <b>FORTALEZAS</b>  |          |              |                |
| F1                 | 0.15     | 4            | 0.60           |
| F2                 | 0.10     | 2            | 0.20           |
| F3                 | 0.20     | 1            | 0.20           |
| <b>DEBILIDADES</b> |          |              |                |
| D1                 | 0.20     | 3            | 0.6            |
| D2                 | 0.30     | 2            | 0.6            |
| D3                 | 0.05     | 4            | 0.20           |
| <b>TOTAL</b>       | <b>1</b> |              | <b>2.4</b>     |

La calificación obtenida luego de la sumatoria es interpretada mediante los mismos valores para su calificación en niveles de importancia donde 1 es no importante y 4 muy importante. El 2.4 obtenido en el ejemplo supone medianamente importante.

### 9.4.3 Matriz de Evaluación de los Factores Externos (MEFE).

Para la matriz se tomará en cuenta los valores externos del FODA como las oportunidades y las amenazas, se debe realizar un listado de los factores externos más importantes para analizarlos.

Establecer un peso entre 0.0 (no importante) hasta 1.0 (muy importante), expresa la importancia respectiva del mismo, y el total de los pesos en debe tener la suma de 1.0.

Ponderar con una calificación de 1 a 4 para cada uno de los factores considerados determinantes para el éxito, con el propósito de evaluar si las estrategias actuales si son realmente eficaces, el 4 es alta, 3 es media alta, 2 es medio y 1 mala.

Multiplicar el peso de cada factor por su calificación para obtener una calificación ponderada, y sumar las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total del ponderado.

**Tabla 11**

*Matriz de evaluación de factores externos MEFE*

| Factor Analizar | Peso | Calificación | Peso Ponderado |
|-----------------|------|--------------|----------------|
| OPORTUNIDADES   |      |              |                |
| O1              | 0.15 | 4            | 0.60           |
| O2              | 0.10 | 2            | 0.20           |
| O3              | 0.20 | 1            | 0.20           |
| AMENAZAS        |      |              |                |
| A1              | 0.20 | 3            | 0.6            |
| A2              | 0.30 | 2            | 0.6            |
| A3              | 0.05 | 4            | 0.20           |
| TOTAL           | 1    |              | 2.4            |

### 9.4.4 Matriz FODA Cruzado

Una vez realizada la matriz de evaluación interna y externa se puede continuar con esta matriz que sirve para definir un plan de acción. Donde se busca combinar los aspectos

positivos y negativos para incrementar las fortalezas, aprovechar las oportunidades, equilibrar las amenazas y corregir las debilidades.

La matriz del FODA cruzado se representa a continuación:

**Tabla 12**

*Matriz FODA cruzado*

|                   |  |  |
|-------------------|--|--|
| Factores Internos | Fortalezas                               | Debilidades                              |
| Factores Externos |  |  |
| Amenazas          | Estrategias FA<br>Fortaleza– Amenaza     | Estrategias DA<br>Debilidad– Amenaza     |
| Oportunidades     | Estrategias FO<br>Fortaleza– Oportunidad | Estrategias DO<br>Debilidad– Oportunidad |

Estrategias FA: aquí se aprovecharán las fortalezas del territorio para afrontar y evitar posibles amenazas que sucedan en el territorio.

Estrategias DA: se realizarán estrategias de refuerzo en las carencias que presenta el territorio y que permitirá la disminución de amenazas.

Estrategias FO: aquí se desarrollarán estrategias que nos permitirán el aprovechamiento de las oportunidades que se presenten.

Estrategias DO: estas estrategias ayudarán a dar solución a las debilidades mediante las oportunidades.



## 10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

### 10.1 Ubicación geográfica del área de estudio

#### Figura 10

*Mapa satelital de Sigchos*



*Nota: realizado en el software Qgis por los autores del proyecto de investigación*

Sigchos está ubicado en la provincia de Cotopaxi, conformada por una superficie territorial de 77.565 hectáreas, es un cantón que comprende el 99.7% de territorio rural (figura 9). El cantón está constituido por 5 parroquias: Chugchilan, Isinliví, Sigchos, Las Pampas y Palo Quemado.

Debido a la ubicación geográfica que posee el cantón, la altura va desde los 680 msnm hasta los 5.120 msnm, de tal manera que la temperatura va desde los 9°C hasta los 11°C y en casos extremos de 0°C hasta 22°C. Los pobladores del cantón se dedican principalmente a la

agricultura, la crianza de animales domésticos y silvicultura, siendo en mayor parte para comercio nacional y otros para autoconsumo.

En el ámbito turístico no ha tenido un gran desarrollo, debido a que los pobladores no tienen interés en practicar esta actividad ya que su principal fuente de ingreso es la agricultura y ganadería. Además, las autoridades no destinan fondos suficientes para promover el turismo por lo que se ha visto afectado el cantón.

## 10.2 Validación de atractivos

El proceso de validación se construye en función de la información bibliográfica recopilada para el presente estudio, considerando documentos provinciales y cantonales, de esta forma se obtuvo un listado preliminar de los atractivos culturales y naturales del cantón Sigchos.

**Tabla 13**

*Atractivos turísticos en Sigchos*

| #  | NOMBRE DEL ATRACTIVO                   | PARROQUIA           |
|----|--|---------------------|
| 1  | Agua mineral de la Hacienda La Estela  | Isinliví            |
| 2  | Aguas termales de Kunuk yaku           | Isinliví            |
| 3  | Aguas termales de Licamanca            | La Matriz - Sigchos |
| 4  | Aguas Termales de Yana Yaku            | Chugchilán          |
| 5  | Asociación de Mujeres Unión y Progresc | Chugchilán          |
| 6  | Bosque de Arrayanes                    | La Matriz - Sigchos |
| 7  | Bosque de Unabana                      | Isinliví            |
| 8  | Bosque Húmedo Toachi - Pilatón         | Palo Quemado        |
| 9  | Bosque nublado de Moreta               | Chugchilán          |
| 10 | Bosque nublado de Zurupamba            | Chugchilán          |
| 11 | Bosque Protector Zarapullo             | La Matriz - Sigchos |
| 12 | Camino del inca                        | La Matriz - Sigchos |
| 13 | Cañón del Zuruchupatingo - Piñalí      | Isinliví            |
| 14 | Cariucho                               | Chugchilán          |
| 15 | Cascada "Las Golondrinas"              | Chugchilán          |
| 16 | Cascada de Chakana                     | Isinliví            |
| 17 | Cascada de Cristal                     | Palo Quemado        |
| 18 | Cascada y Bosque Protector de Cutzualc | La Matriz - Sigchos |
| 19 | Cascada de Santa Rosa                  | Palo Quemado        |
| 20 | Cascada de Cuncguiza                   | La Matriz - Sigchos |
| 21 | Cascada El Triunfo                     | Las Pampas          |
| 22 | Cascada Frailejón                      | La Matriz - Sigchos |
| 23 | Cascadas de Lomapí                     | Chugchilán          |

|    |   |                     |
|----|---|---------------------|
| 24 | Centro artístico “Don Bosco”            | Isinliví            |
| 25 | Centro artístico “Don Bosco”            | Chugchilán          |
| 26 | Cerro Tilinte                           | Isinliví            |
| 27 | Cerro Yana Rumi                         | Isinliví            |
| 28 | Chinas, caporales y yumbos              | Isinliví            |
| 29 | Churo de Amanta                         | Chugchilán          |
| 30 | Churo de San Gabriel                    | La Matriz - Sigchos |
| 31 | Columnas de Tangán                      | La Matriz - Sigchos |
| 32 | Complejo “Los Laureles”                 | La Matriz - Sigchos |
| 33 | Complejo Santa Elena                    | Palo Quemado        |
| 34 | El Bombolín                             | La Matriz - Sigchos |
| 35 | Fábrica artesanal de vino de mortiño    | La Matriz - Sigchos |
| 36 | Fábrica de panela “Asociación Flor de C | Palo Quemado        |
| 37 | Feria dominical del cantón Sigchos      | La Matriz - Sigchos |
| 38 | Fiesta de San pedro                     | La Matriz - Sigchos |
| 39 | Fiesta del desposte del ganado          | La Matriz - Sigchos |
| 40 | Fiestas tradicionales comunitarias      | Isinliví            |
| 41 | Gastronomía típica                      | La Matriz - Sigchos |
| 42 | Hacienda Pilapuchín                     | Chugchilán          |
| 43 | Horno de leña                           | Isinliví            |
| 44 | Humitas de sal y dulce                  | Isinliví            |
| 45 | Iglesia de Palo Quemado “María Crucifi  | Palo Quemado        |
| 46 | Iglesia de San Miguel de Chugchilán     | Chugchilán          |
| 47 | Iglesia de Yaló                         | La Matriz - Sigchos |
| 48 | Iglesia matriz “San Miguel de Sigchos”  | La Matriz - Sigchos |
| 49 | Juego de las chucas                     | La Matriz - Sigchos |
| 50 | Juego de los cocos                      | La Matriz - Sigchos |
| 51 | Juego de los tillos                     | La Matriz - Sigchos |
| 52 | Juego de los trompos                    | La Matriz - Sigchos |
| 53 | Juego del Boliche                       | La Matriz - Sigchos |
| 54 | Juego del churo                         | La Matriz - Sigchos |
| 55 | Juego del Hueco o noque                 | La Matriz - Sigchos |
| 56 | La boda                                 | Isinliví            |
| 57 | Laguna de las Totoras                   | Isinliví            |
| 58 | Laguna de Quilotoa                      | Chugchilán          |
| 59 | Laguna Tiliche                          | Isinliví            |
| 60 | Laguna Tilinte                          | Isinliví            |
| 61 | Laguna Triunfo Grande                   | La Matriz - Sigchos |
| 62 | Limpieza con cuy                        | Chugchilán          |
| 63 | Matrimonio autóctono                    | Isinliví            |
| 64 | Minas de oro y plata                    | Palo Quemado        |
| 65 | Mirador “El Calvario”                   | Isinliví            |
| 66 | Mirador “El Ñaguira”                    | Isinliví            |
| 67 | Mirador de Cochapata                    | Chugchilán          |
| 68 | Mirador del Ángel                       | La Matriz - Sigchos |
| 69 | Mirador del cañón del Toachi            | Chugchilán          |
| 70 | Mirador Toachi                          | La Matriz - Sigchos |
| 71 | Mirador Toachi – Pilatón                | Palo Quemado        |
| 72 | Molino de piedra de Alán                | Chugchilán          |
| 73 | Molinos de Azache                       | La Matriz - Sigchos |
| 74 | Nevado Iliniza Norte                    | La Matriz - Sigchos |
| 75 | Piedra de Guingopana                    | Isinliví            |
| 76 | Platos típicos                          | Isinliví            |
| 77 | Pucará – Yaló                           | La Matriz - Sigchos |
| 78 | Quesería Quilotoa                       | Chugchilán          |
| 79 | Reserva ecológica Apacsigua             | Chugchilán          |
| 80 | Reserva ecológica los Ilinizas          | La Matriz - Sigchos |
| 81 | Río Toachi                              | Las Pampas          |

|           |                                |                     |
|-----------|--------------------------------|---------------------|
| <b>82</b> | Rocas de Topalibí              | La Matriz - Sigchos |
| <b>83</b> | Runaicho                       | Chugchilán          |
| <b>84</b> | Trapiche artesanal             | Las Pampas          |
| <b>85</b> | Túnel de Katavá                | La Matriz - Sigchos |
| <b>86</b> | Vivero de plantas ornamentales | Palo Quemado        |
| <b>87</b> | Cascada de Licamancha          | La Matriz - Sigchos |
| <b>88</b> | Cueva de Katabala              | Isinliví            |

*Nota: Tomado del inventario de atractivos turísticos del cantón Sigchos (Sillo, 2015)*

De manera complementaria a la revisión bibliográfica se realizaron salidas de campo con el objetivo de reconocer el área de estudio, además el de aplicar encuestas a pobladores (Apéndice16), encuesta a turistas (Apéndice17) y entrevistas a las autoridades del cantón (Apéndice 18). Lo que permitió construir el instrumento Check list (Tabla 14), esto corresponde a la primera fase de la investigación.

### 10.2.1 Check List

**Tabla 14**

*Check List de atractivos en Sigchos*

| CHECK LIST |  |            |           |           |            |     |     |           |         |        |           |           |                   |                   |         |
|------------|--|------------|-----------|-----------|------------|-----|-----|-----------|---------|--------|-----------|-----------|-------------------|-------------------|---------|
| N°         | Nombre del atractivo                   | Inventario |           | Atractivo | Viabilidad |     |     | Propiedad |         | Acceso |           | Distancia | Servicios básicos |                   |         |
|            |  | Cantón     | Parroquia |           | 1er        | 2do | 3er | Pública   | Privada | a pie  | Automóvil |           | Agua              | Energía eléctrica | SS - HH |
| 1          | Aguas Termales de Yana Yaku            | x          | x         | natural   |            |     | x   | x         | x       |        | 130 km    |           | x                 |                   |         |
| 2          | Asociación de Mujeres Unión y Progreso | x          |           | cultural  | x          |     |     | x         |         | x      | 0         |           | x                 | x                 |         |
| 3          | Bosque nublado de Moreta               | x          | x         | natural   |            |     | x   | x         |         | x      | 0         |           |                   |                   |         |
| 4          | Bosque nublado de Zurupamba            | x          |           | natural   |            |     | x   | x         |         | x      | 0         |           |                   |                   |         |
| 5          | Cascada "Las Golondrinas"              | x          | x         | natural   |            |     | x   | x         |         | x      | 0         |           |                   |                   |         |
| 6          | Cascadas de Lomapí                     | x          | x         | natural   |            |     | x   | x         |         | x      | 2 km      |           |                   |                   |         |
| 7          | Centro artístico "Don Bosco"           | x          |           | cultural  |            |     | x   |           | x       | x      | 0         | x         | x                 |                   |         |
| 8          | Churo de Amanta                        | x          |           | cultural  |            |     | x   |           | x       | x      | 0         |           |                   |                   |         |
| 9          | Hacienda Pilapuchín                    | x          |           | cultural  |            |     | x   | x         |         | x      | 0         |           |                   |                   |         |
| 10         | Iglesia de San Miguel de Chugchilán    | x          |           | cultural  | x          |     |     | x         |         | x      | 0         |           | x                 | x                 |         |
| 11         | Laguna de Quilotoa                     | x          | x         | natural   | x          |     |     | x         |         | x      | 0         |           | x                 |                   |         |
| 12         | Mirador de Cochapata                   | x          | x         | natural   |            |     | x   | x         |         | x      | 1 km      |           | x                 |                   |         |
| 13         | Mirador del cañón del Toachi           | x          |           | natural   |            |     | x   |           | x       | x      | 1,5 km    |           |                   |                   |         |

|    |                                       |   |   |          |   |   |   |   |   |         |   |   |   |
|----|---------------------------------------|---|---|----------|---|---|---|---|---|---------|---|---|---|
| 14 | Molino de piedra de Alán              | x |   | cultural | x | x |   | x |   | 0,3 km  |   |   |   |
| 15 | Quesería Quilotoa                     | x | x | cultural | x |   | x | x |   | 0       | x |   |   |
| 16 | Reserva ecológica Apacsigua           | x |   | natural  | x | x |   | x |   | 0       |   |   |   |
| 17 | Agua mineral de la Hacienda La Estela | x |   | natural  | x |   | x | x |   | 0       | x | x |   |
| 18 | Aguas termales de Kunuk yaku          | x |   | natural  | x |   | x | x |   | 25 km   |   |   |   |
| 19 | Bosque de Unabana                     | x |   | natural  | x |   | x | x | x | 0       |   |   |   |
| 20 | Cañón del Zuruchupatingo - Piñalí     | x |   | natural  | x | x |   |   | x | 0       |   |   |   |
| 21 | Cascada de Chakana                    | x |   | natural  | x | x |   | x |   | 3 km    |   |   |   |
| 22 | Centro artístico "Don Bosco"          | x |   | cultural | x |   | x |   | x | 0       | x | x | x |
| 23 | Cerro Tilinte                         | x |   | natural  | x |   | x | x |   | 23,8 km |   |   |   |
| 24 | Cerro Yana Rumi                       | x |   | natural  | x | x |   |   | x | 0       |   |   |   |
| 25 | Horno de leña                         | x |   | cultural | x |   | x |   | x | 0       | x |   |   |
| 26 | Laguna de las Totoras                 | x |   | natural  | x |   | x | x |   | 3 km    | x |   |   |
| 27 | Laguna Tiliche                        | x |   | natural  | x |   | x | x |   | 0,2 km  | x |   |   |
| 28 | Laguna Tilinte                        | x |   | natural  | x |   | x | x |   | 0,3 km  |   |   |   |
| 29 | Mirador "El Calvario"                 | x |   | natural  | x | x |   |   | x | 0,2 km  | x |   |   |
| 30 | Mirador "El Ñaguira"                  | x |   | natural  | x | x |   | x |   | 1 km    |   |   |   |
| 31 | Piedra de Guingopana                  | x |   | natural  | x | x |   |   | x | 0       |   |   |   |
| 32 | Cueva de Katabala                     | x |   | natural  | x | x |   |   | x | 0       |   |   |   |
| 33 | Aguas termales de Licamancha          | x | x | natural  | x |   | x | x |   | 0,5 km  |   |   |   |

Isinivi

La Merced

|           |  |   |   |          |   |   |   |   |   |       |   |   |
|-----------|--|---|---|----------|---|---|---|---|---|-------|---|---|
| <b>34</b> | Bosque de Arrayanes                    | x | x | natural  |   | x | x |   | x | 15 km |   |   |
| <b>35</b> | Bosque Protector Zarapullo             | x | x | natural  |   | x | x | x | x | 40 km |   |   |
| <b>36</b> | Camino del inca                        | x | x | cultural |   | x | x |   | x | 0     |   |   |
| <b>37</b> | Cascada y Bosque Protector de Cutzualo | x | x | natural  |   | x |   | x | x | 1 km  |   |   |
| <b>38</b> | Cascada de Cuncguiza                   | x | x | natural  |   | x |   | x | x | 5 km  |   |   |
| <b>39</b> | Cascada Frailejón                      | x | x | natural  |   | x |   | x | x | 8 km  |   |   |
| <b>40</b> | Churo de San Gabriel                   | x | x | cultural |   | x |   | x | x | 0     |   |   |
| <b>41</b> | Columnas de Tangán                     | x | x | natural  |   | x | x |   | x | 2 km  |   |   |
| <b>42</b> | Complejo “Los Laureles”                | x | x | cultural |   | x |   | x | x | 0     | x |   |
| <b>43</b> | El Bombolín                            | x | x | cultural |   | x |   | x | x | 0     |   |   |
| <b>44</b> | Fábrica artesanal de vino de mortiño   | x | x | cultural |   | x |   | x | x | 0     |   |   |
| <b>45</b> | Feria dominical del cantón Sigchos     | x | x | cultural | x |   |   | x |   | 0     | x | x |
| <b>46</b> | Iglesia de Yaló                        | x | x | cultural | x |   |   | x |   | 0     | x | x |
| <b>47</b> | Iglesia matriz “San Miguel de Sigchos” | x | x | cultural |   |   | x |   | x | 0     | x | x |
| <b>48</b> | Laguna Triunfo Grande                  | x | x | natural  |   | x |   | x | x | 0     |   |   |
| <b>49</b> | Mirador del Ángel                      | x | x | natural  |   | x |   | x | x | 0     |   |   |
| <b>50</b> | Mirador Toachi                         | x | x | natural  |   | x |   | x | x | 0     |   |   |
| <b>51</b> | Molinos de Azache                      | x | x | cultural |   | x |   | x | x | 0     | x |   |
| <b>52</b> | Nevado Iliniza Norte                   | x | x | natural  |   | x | x |   | x | 5 km  | x |   |

|    |   |                 |   |          |         |   |   |        |   |   |
|----|---|-----------------|---|----------|---------|---|---|--------|---|---|
| 53 | Pucará – Yaló                               | x               | x | natural  | x       | x | x | 0      |   |   |
| 54 | Reserva ecológica los Ilinizas              | x               | x | natural  | x       | x | x | 0      |   |   |
| 55 | Rocas de Topalibí                           | x               | x | natural  | x       | x | x | 1 km   |   |   |
| 56 | Túnel de Katavá                             | x               | x | natural  | x       | x | x | 0,3 km |   |   |
| 57 | Cascada de Licamancha                       | x               | x | natural  | x       | x | x | 0      |   |   |
| 58 | Cascada El Triunfo                          | Las<br>Doradas  | x | natural  | x       | x | x | 0      |   |   |
| 59 | Río Toachi                                  |                 | x | natural  | x       | x | x | 0      | x |   |
| 60 | Bosque Húmedo Toachi - Pilatón              | x               |   | natural  | x       | x | x | 2 km   |   |   |
| 61 | Cascada de Cristal                          | x               |   | natural  | x       | x | x | 1 km   |   |   |
| 62 | Cascada de Santa Rosa                       | x               |   | natural  | x       | x | x | 0,8 km |   |   |
| 63 | Complejo Santa Elena                        | Palo<br>Quemado | x | cultural | x       | x | x | 0      |   |   |
| 64 | Fábrica de panela “Asociación Flor de Caña” |                 | x | cultural | x       | x | x | 0      | x |   |
| 65 | Iglesia de Palo Quemado “María Crucifixa”   |                 | x | cultural | x       | x | x | 0      | x | x |
| 66 | Minas de oro y plata                        |                 | x |          | natural | x | x | x      | 0 | x |
| 67 | Mirador Toachi – Pilatón                    |                 | x |          | natural | x | x | x      | 0 |   |
| 68 | Vivero de plantas ornamentales              | x               |   | cultural | x       | x | x | 0      |   |   |
| 69 | Cañón río Siwi                              | x               |   | natural  | x       | x | x | 1 km   | x |   |
| 70 | Mirador las Golondrinas                     | x               |   | natural  | x       | x | x | 0.5 km | x |   |



De los 88 atractivos turísticos preliminares, tras el llenado del Check list con ayuda de un guía local, se pudo validar 68 atractivos entre naturales y culturales. Debido a que en la base de datos constan festividades, juegos tradicionales y gastronomía, sin embargo, estos atractivos no se pudieron evidenciar ya que la gastronomía como el Runaicho, la Boda y el Cariucho, solo se practican en comunidades pequeñas y se prepara si existe algún tipo de celebración. Además, los juegos tradicionales no se practican con frecuencia y las fiestas se pueden acceder en las fechas en que se celebran.

Sin embargo, dos atractivos mencionados por los guías no constaban en la base de datos por lo que se levantó su ficha de inventario correspondiente (Apéndice 5 y Apéndice 6), dando como resultado un total de 70 atractivos inventariados validados de los cuales 47 son atractivos naturales y 23 son atractivos culturales (Apéndice 7).

**Tabla 15**

*Resumen de atractivos validados*

| <b>Matriz Resumen</b>                               |           |
|---|-----------|
| <b>Tipo</b>   |           |
| Aguas subterráneas                                  | 4         |
| Ambientes lacustres                                 | 4         |
| Bosques   | 5         |
| Etnográficas  | 2         |
| Fenómeno geológico                                  | 2         |
| Fenómenos espeleológicos                            | 2         |
| Fenómenos naturales                                 | 2         |
| Históricas  | 10        |
| Montañas  | 14        |
| Realizaciones Técnicas y Científicas Contemporáneas | 11        |
| Ríos  | 11        |
| Sistema de áreas protegidas                         | 3         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>70</b> |

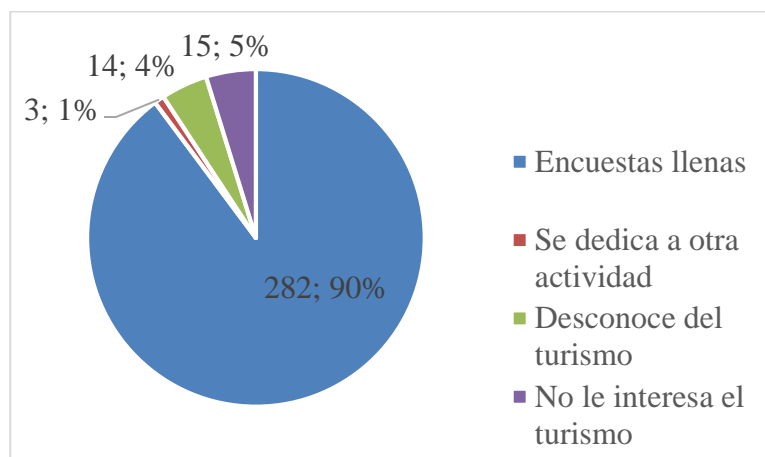
### 10.2.2 Encuesta a los pobladores

Una vez obtenida la encuesta a desarrollarse en el cantón Sigchos se procedió a sacar la muestra de la población obteniendo la cifra del plan de desarrollo y ordenamiento territorial, para saber a cuantas personas se debe aplicar la encuesta. Dando como resultado un total de 378 encuesta, sin embargo, se pudieron realizar un total de 314 encuestas en las que se visitaron la mayor cantidad de sectores, considerando que una gran parte es una zona rural, además que varios de los pobladores por sus actividades económicas no desearon contribuir con la encuesta.

Se realizaron 5 salidas de campo, cubriendo la mayor cantidad de territorio y cumpliendo simultáneamente con las actividades propuestas para la presente investigación.

**Figura 11**

*Encuesta a los pobladores*

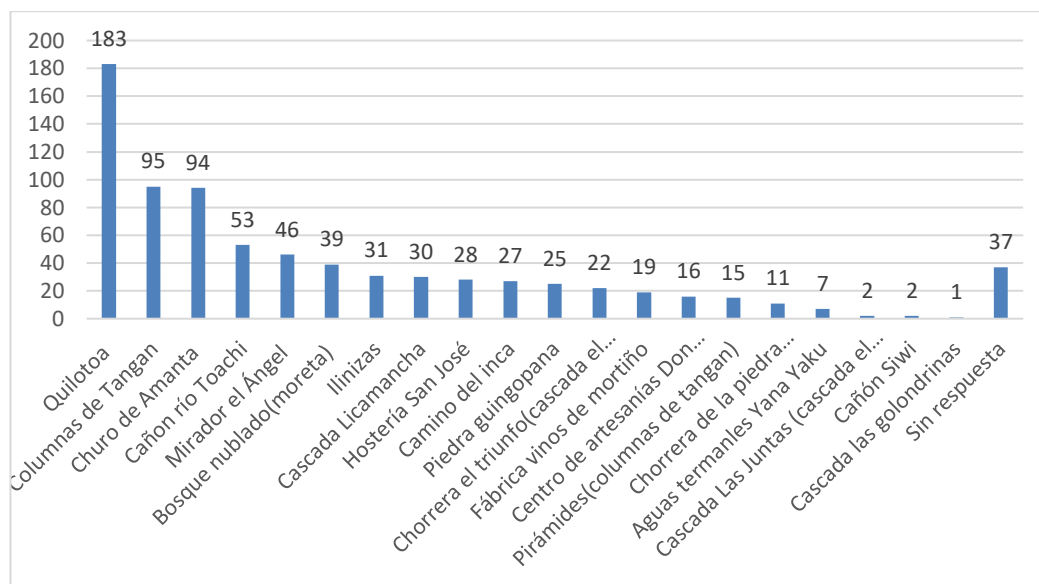


Del total de las encuestas realizadas (314) dirigidas a los pobladores del cantón; de las cuales el 90% de las encuestas fueron llenadas satisfactoriamente, mientras que el 10% de las encuestas no fueron llenadas por diferentes motivos: el 5% mencionó que no le

interesa el turismo, el 4% mencionó que desconoce del turismo y el 1% mencionó que se dedica a otra actividad (Figura 10).

**Figura 12**

*Atractivos conocidos por los pobladores*



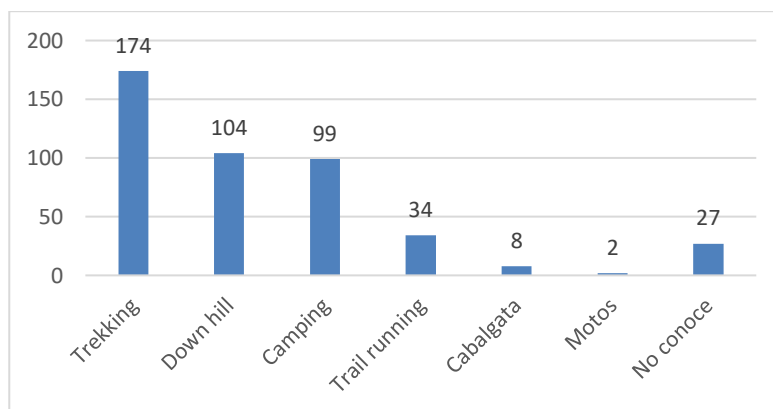
De la siguiente pregunta de opción múltiple, se obtuvieron los siguientes datos: Un total de 277 personas contestaron mencionando solo 20 atractivos de los 88 inventariados por el departamento de turismo; mientras que 37 personas no conocen ningún atractivo del cantón. Además, mediante las encuestas se identificó que los nombres de los atractivos son diferentes por parte de los pobladores y la oficina de turismo. Tal es el caso de la chorrera el triunfo, conocida también como chorrera de la piedra colorada, cascada el triunfo y cascada las juntas, también las columnas de Tangan conocidas como pirámides de Tangan. Por otra parte, se identificaron dos atractivos nuevos en el cantón Sigchos, el cañón del río Siwi y el mirador las golondrinas, mismas que fueron inventariadas mediante las fichas del MINTUR (Apéndice 5 y Apéndice 6).

Mediante las encuestas y entrevistas realizadas se pudo constatar que el turismo de naturaleza es el más realizado en el cantón, realizando actividades principalmente de

trekking y camping. Inclusive el turismo de deporte como segunda opción realizando actividades como Down hill, Trail running, Cabalgata y Motociclismo.

**Figura 13**

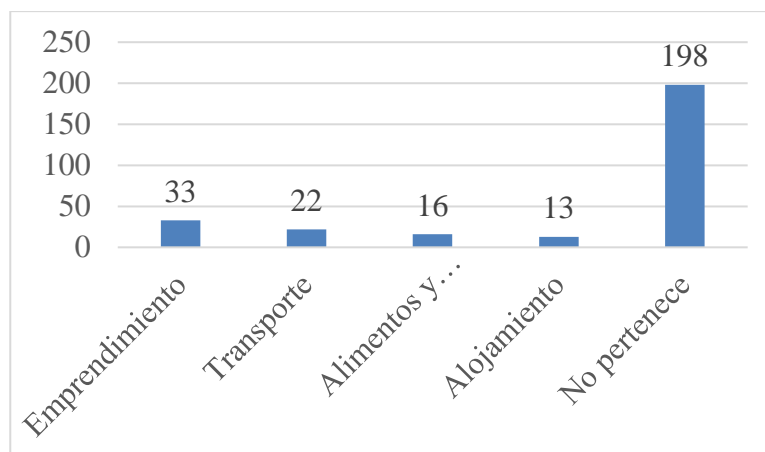
*Actividades Turísticas*



Por otra parte, los pobladores del cantón conocen en mayor parte los alojamientos que oferta el cantón, sin embargo, las autoridades del cantón mencionan que los establecimientos de alimentos y bebidas solo son fondas no registradas como establecimientos turísticos. El transporte interno en el cantón es carente ya que la conexión de las parroquias se basa en un bus al día y el uso de camionetas de cooperativa.

**Figura 14**

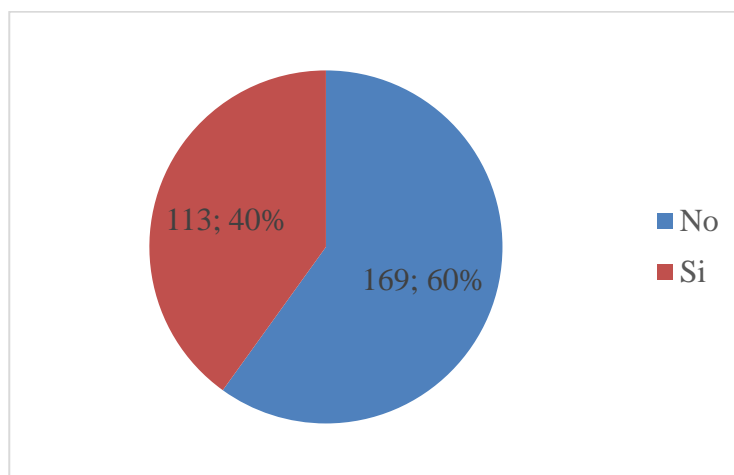
*Pobladores prestadores de servicios turísticos*



Se determinó que los pobladores que están inmersos en el turismo tienen un emprendimiento como: tiendas y venta de artesanías; Sin embargo, los establecimientos de alimentos y bebidas y alojamiento no pertenecen legalmente a un servicio turístico, dejando como resultado que el 70% (198) de los encuestados no pertenecen a ningún sector turístico. De esta manera, se puede demostrar que las autoridades del cantón tienen razón al decir que los pobladores no están interesados a ser partícipes de proyectos turísticos.

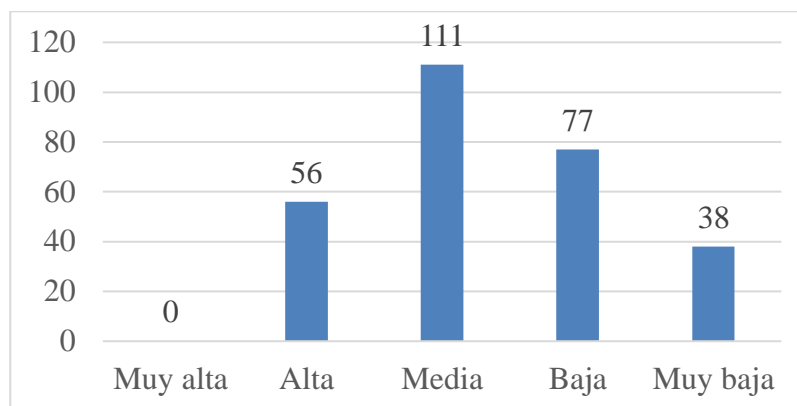
**Figura 15**

*Productos turísticos*

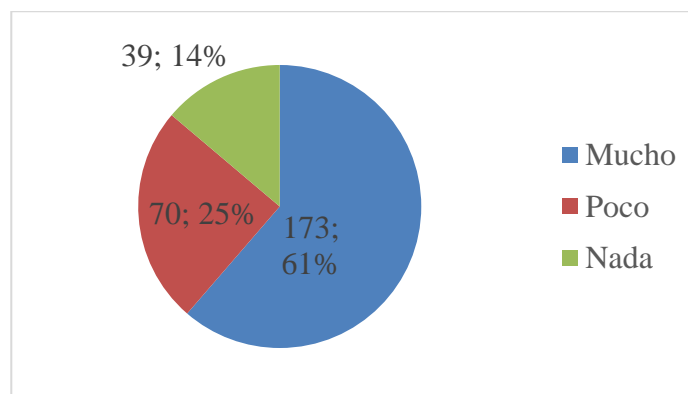


Siendo el 60% la mayoría de los encuestados, mencionaron que desconocen los productos turísticos ofertados por las autoridades del cantón. Sin embargo, en las entrevistas las autoridades manifestaron que existe un valor aproximado destinado a ser utilizado en infraestructura turística y la elaboración de proyectos turísticos como la hacienda Pilapuchin mencionada como ejemplo de que las autoridades están interviniendo para salvaguardar el patrimonio del cantón.

Por otra parte, los pobladores mencionan que ellos son los actores principales en el ámbito económico para la reestructura del lugar.

**Figura 16***Afluencia de turistas*

Los pobladores y autoridades coinciden en que la afluencia de turistas es Media ya que debido a la pandemia Covid19 el turismo cayó completamente, sin embargo, en la actualidad el turismo ha incrementado paulatinamente debido a que el turista busca estar en contacto con la naturaleza dejando de lado las aglomeraciones y las grandes ciudades. Además, se identificó que los turistas que visitan la zona llegan en grupos y parejas (Apéndice 21).

**Figura 17***Beneficiarios del turismo*

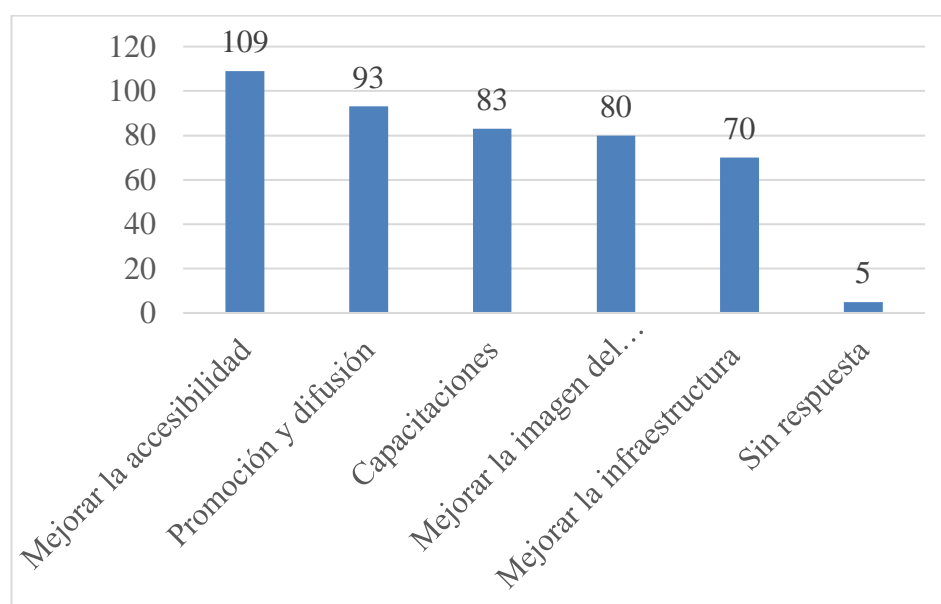
A pesar de que la mayoría de personas no están inmersos en el ámbito turístico, el 86% de los encuestados seleccionaron la opción “mucho” y “poco”, refiriéndose a que si

sentirían beneficiados si el turismo incrementa en el cantón. Por otra parte, las autoridades mencionaron que el beneficio sería mutuo tanto para el cantón como para cada uno de los pobladores.

Mediante las encuestas y las entrevistas se definió que le cantón Sigchos necesita de las siguientes acciones: mejora de la accesibilidad, promoción y difusión, capacitaciones, mejorar la imagen del cantón y mejorar la infraestructura, con la finalidad de incrementar el turismo en el cantón. Además, de un capital destinado exclusivamente para uso a fines y la participación de organizaciones gubernamentales.

**Figura 18**

*Acciones que el cantón debería poner en práctica*



### 10.3 Diseño del producto turístico

#### 10.3.1 Análisis del destino turístico

Debido a que el cantón Sigchos está ubicado en un área llena de elevaciones y el 97% del área total es rural, por lo tanto, se puede impulsar el desarrollo del turismo de naturaleza, con un total de 48 atractivos naturales y 23 atractivos culturales.

Los *establecimientos prestadores de servicios* no son muchos por lo que en todo el cantón se cuenta con 10 alojamientos registrados enfocados en brindar servicios turísticos. Por otra parte, existen 32 restaurantes que son considerados fondas, es decir de carácter popular, de los cuales ninguno está registrado como turístico.

Las *redes viales* que conectan las parroquias del cantón son de tercer orden correspondientes al 83% de las vías, y el sistema de transporte público no beneficia a los turistas debido a que solo hay un bus al día que conectan las parroquias, por lo que el tema de movilidad en el cantón es principalmente en vehículos propios o el uso de camionetas de cooperativa.

**Tabla 16**

#### *Transporte en Sigchos*

| Tipo de transporte | Nombre                                       | Frecuencia                        | Origen-Destino                |
|--------------------|--|-----------------------------------|-------------------------------|
| Bus público        | Cooperativa de transporte Reina de Sigchos   | 1 bus por cada hora               | Sigchos-Latacunga             |
|                    |  | 1 bus por día                     | Isinlivi - Latacunga          |
|                    |  | 1 bus por día                     | Sigchos-Chugchilan            |
|                    | Cooperativa de transporte Nacional Saquisilí | 1 bus por cada 4 horas            | Sigchos-Latacunga             |
|                    |  | 1 bus por día                     | Sigchos - Quito               |
|                    |  | Cooperativa de transporte Iliniza | 1 bus por cada 3 horas        |
|                    | 1 bus por día                                |                                   | Sigchos-Chugchilan            |
|                    | Vivero                                       | 1 bus por día                     | Isinlivi-Guingopana-Latacunga |
|                    | 14 de Octubre                                | 1 bus por día                     | Isinlivi-Sigchos-Latacunga    |

Nota: Adaptado de *GAD Municipal Sigchos (2022)*



Los *atractivos turísticos* validados no cuentan con servicios básicos, por otra parte, la infraestructura turística en algunos de los atractivos está deteriorada y en otros no existe ningún tipo de infraestructura. Además, es importante mencionar que en la mayoría de atractivos se necesita pedir permiso y dar una retribución económica a los propietarios de los terrenos que colindan con el atractivo.

**Tabla 17**

*Atractivos usados en las rutas*

| <b>Nombre</b>                     | <b>Actividades</b>                        | <b>Acceso</b> |
|-----------------------------------|---|---------------|
| Piedra sagrada Guingopana         | Rapel                                     | Automóvil     |
|                                   | Escalada                                  |               |
|                                   | Trekking<br>Camping                       |               |
| Pucará Yaló                       | Trekking<br>Camping                       | A pie         |
| Pucará El Calvario                | Trekking<br>Camping                       | Automóvil     |
| Mirador San Miguel Arcángel       | Avistamiento de flora y fauna<br>Trekking | Automóvil     |
| Fábrica de vinos “El último inca” | Proceso de elaboración del vino           | Automóvil     |
| Plazoleta de Sigchos              | Paseo por la cultura de Sigchos           | Automóvil     |

Las autoridades del cantón han inventariado un total de 88 recursos entre naturales y culturales, sin embargo, los nombres de los atractivos levantados no tienen concordancia con el conocimiento de los pobladores, lo que ha generado una confusión al momento de brindar indicaciones a turistas que llegan a la zona.

En la actualidad, el cantón posee una ruta turística establecida en tres parroquias (Sigchos – Isinliví – Chugchilan) llamada Quilotoa Loop, toma el nombre debido a que en todo el trayecto de la ruta se puede observar el cráter del Quilotoa. Las actividades turísticas que ofrece esta ruta es el trekking, ciclismo, camping y fotografía. No existe una

mayor diversificación de actividades turísticas debido a que tanto pobladores como autoridades no se involucran totalmente en el turismo.

En cuanto a servicios básicos, se identificaron atractivos que en su mayoría cuentan con agua de vertiente, y los demás con agua entubada, agua de río, y potable. Posee un hospital básico en Sigchos y un centro de salud tipo A en Chugchilán, además, no existe problema con la seguridad de las personas en el cantón.

**Tabla 18**

*Estados de los servicios básicos del cantón*

| <b>Servicio</b>    | <b>Si</b> | <b>No</b> | <b>Estado</b> |
|--------------------|-----------|-----------|---------------|
| Agua Potable       | X         |           | Regular       |
| Energía Eléctrica  | X         |           | Bueno         |
| Internet           | X         |           | Regular       |
| Recepción de señal | X         |           | Malo          |

### **10.3.2 Análisis del mercado turístico**

#### **10.3.2.1 Análisis de la Demanda.**

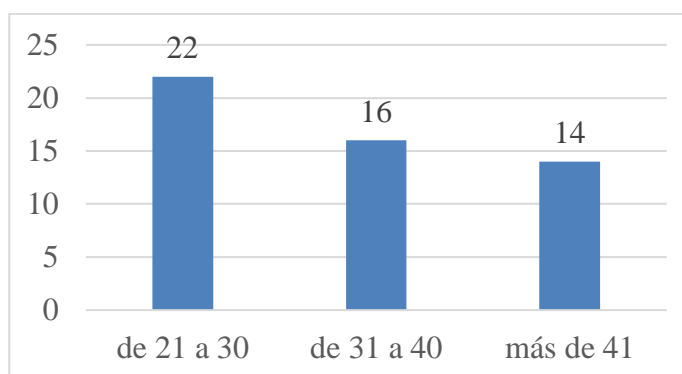
De acuerdo a la cifra obtenida del plan de desarrollo turístico del cantón, se pudo evidenciar un total de ingresos de 25920 turistas, por lo tanto, se realizará el cálculo de la muestra.

Dando como resultado un total de 379 turistas para aplicar las encuestas, sin embargo, en el cantón no se evidencia una gran afluencia de turistas por lo que se obtuvieron solo 52 encuestas llenadas. Teniendo este dato como resultado se identificó que la mayoría de turistas registrados son los que visitan la Laguna del Quilotoa, y la mayor parte del recurso natural pertenece al cantón Pujilí. Debido a esto se segmentó al turista por las fuentes bibliográficas y las 52 encuestas realizadas en el lugar.

La presente encuesta se realizó a turistas que se encontraban en el alojamiento Lullu-Llama en la parroquia Isinliví, Starlight Inn en Sigchos, los que se encontraban realizando el trekking Quilotoa loop y los que fueron vistos en Sigchos.

**Figura 19**

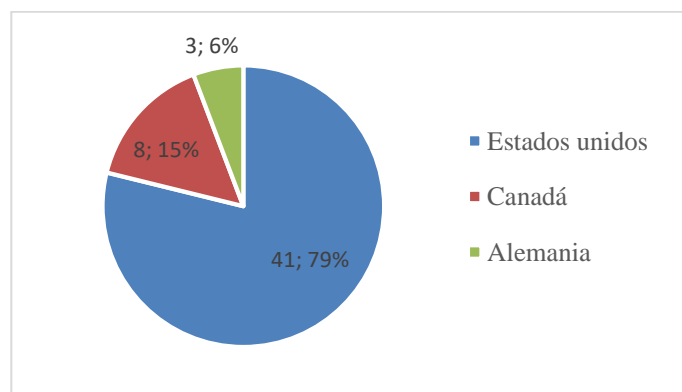
*Edades de los turistas*



El turista apto para visitar Sigchos está considerado en un rango de edad de 20 a 31 años siendo la mayoría en las encuestas realizadas, aunque existen visitantes hasta los 50 años de edad y la presencia de niños. Estados Unidos es el país de origen de la mayoría de turistas internacionales que llegan al cantón, sin embargo, se han registrado turistas canadienses, y alemanes.

**Figura 20**


*País de origen*



Además, las actividades requeridas son las que están basadas en la aventura, y contacto con la naturaleza, por lo tanto, se oferta en su totalidad el trekking del Quilotoa Loop.

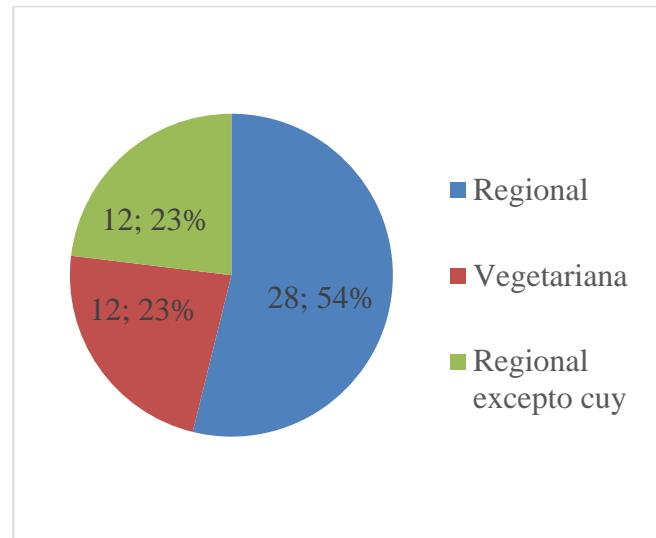
**Tabla 19**

*Perfil del Turista Sigchos*

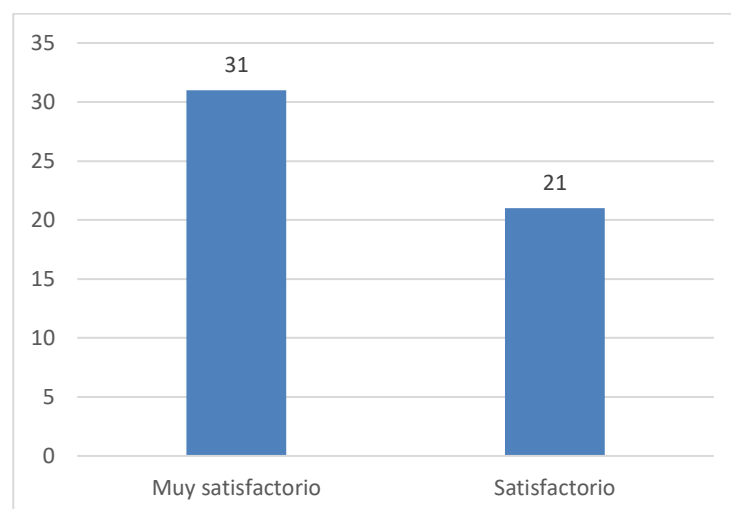
| <b>Perfil del Turista Sigchos</b>   |  |
|---|--|
|    | Edad: 20-31  |
|   | Origen: Nacional (Quito)<br>Extranjero: Estados Unidos   |
|   | Estado civil: Soltero  |
|   |  |
| <b>Características</b>  |  |
| Motivo de visita  | Gastronomía  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo</li> <li>• Ocio y recreación</li> <li>• Diversidad de actividades</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Regional (excepto el cuy)</li> <li>• Vegetariana</li> </ul>   |
| Alojamiento   | Actividades  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Camping</li> <li>• Cabañas</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades de naturaleza</li> <li>• Actividades de Aventura</li> <li>• Actividades Culturales</li> </ul> |
| Contratación de servicios   | Satisfacción de viaje  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Paquetes turísticos todo incluido</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Muy satisfactorio</li> </ul>  |

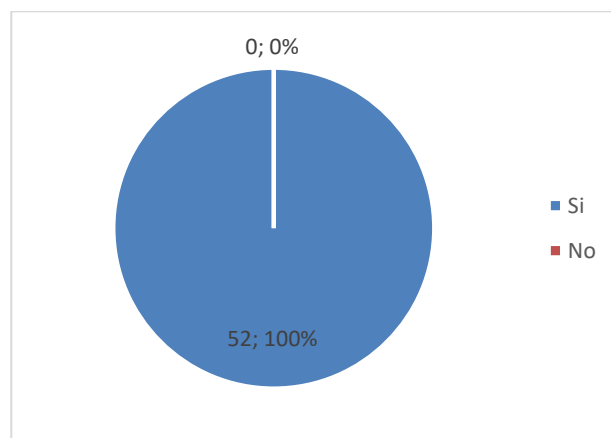
*Nota: Modificado de Perfil del turista extranjero y vacacionista nacional (Perfil del Turista Extranjero y Vacacionista Nacional. - ppt descargar, s. f.)*

El camping y las cabañas son el tipo de alojamiento preferido por los turistas ya que prefieren el tipo rústico, por otra parte, los alimentos que prefieren es de clase regional, es decir platos típicos de la zona en la que se encuentran, en algunos casos exceptúan el cuy de sus menús debido a que esta especie es considerada como mascota en países europeos.

**Figura 21***Alimentación*

Además, señalaron que la comida vegetariana también es muy requerida. En las encuestas también se hace mención a la satisfacción que tuvieron al realizar este recorrido por lo que respondieron como muy satisfactorio y satisfactorio, dando como resultado una respuesta positiva para la recomendación de visita al cantón.

**Figura 22***Calificación de los establecimientos*

**Figura 23***Recomendación de Sigchos***10.3.2.2 Análisis de la oferta turística.**

El cantón Sigchos cuenta con un total de 70 atractivos turísticos de los cuales 47 son naturales y 23 son culturales, mismos que están en una base de datos (Apéndice 7) clasificados por parroquia, categoría, tipo y subtipo. Las actividades que principalmente se realizan en el cantón son: trekking, trail running, cabalgata, fotografía, camping y ciclismo.

Sin embargo, la mayoría de los atractivos no cuentan con infraestructura turística por lo que se hace imposible obtener información de los atractivos y sus características, por otra parte, los atractivos que si cuentan con infraestructura se puede mencionar que están en estado de deterioro debido a que no existen turistas en la zona, en consecuencia, no hay fondos para la mejora y conservación de la infraestructura.

Las actividades turísticas que se realizan en el cantón es ciclismo, trekking y camping, ofertados por el establecimiento Starlight Inn. La temática utilizada en estas actividades es el turismo de naturaleza por lo que el producto turístico conocido como Quilotoa Loop es el preferido por los turistas con un precio de 240\$ por persona. En el

recorrido se realizarán actividades como trekking, avistamiento de flora y fauna, con un nivel de la ruta de medio.

La planta turística del cantón Sigchos es carente por lo que solo existen un total de 10 establecimientos de alojamientos registrados en el MINTUR, destinados al 100% para recibir turistas. Sin embargo, en el cantón existen 32 establecimientos de alimentos y bebidas los cuales son denominados fondas, es decir de carácter popular, por lo que ninguno está destinado a brindar servicio turístico.

### **10.3.2.3 Análisis de las Inversiones**

Las inversiones que se necesitarán para las rutas turísticas propuestas serán públicas del Gobierno provincial y cantonal de turno, debido a que se necesita de la gestión para la mejora de las vías de acceso, la construcción de infraestructura en los atractivos turísticos seleccionados, la mejora de señalética y la mejora del transporte.

### ***10.3.3 Análisis del contexto social, político y económico***

En el cantón Sigchos se encuentra una población total de 23.277 habitantes distribuidos en las 5 parroquias. Los jóvenes presentan problemas de desempleo por la falta de oportunidades laborales en el cantón, debido a que el 97% del cantón es rural, los pobladores se dedican a la agricultura y ganadería, algunos para comercio y otros para autoconsumo.

El nivel de instrucción de la población ha aumentado debido a que posee 85 instituciones educativas, sin embargo 10 instituciones están destinadas para el nivel de bachillerato. Por lo tanto, el porcentaje de analfabetismo ha ido disminuyendo progresivamente.

Sigchos posee un hospital tipo A y un sub centro ubicado en la parroquia de Chugchilan, sin embargo, solo se dispone atención para cirugías menores y parto. En caso

de presentar una dolencia más grave se recurre a la atención de hospitales en las ciudades de Latacunga, Ambato y Quito.

En el factor político se encuentra el GAD municipal que es el principal ente del cantón, además se encuentran diferentes entidades entre públicas y privadas que tienen participación como:

- Distrito de policía Sigchos
- Jefatura política de Sigchos
- Tenencia política de las 4 parroquias (Chugchilan, Isinliví, Las Pampas Palo Quemado)
- Registro Civil
- Consejo de la Judicatura
- GAD de las 4 parroquias

En el factor Económico se basa principalmente en la agricultura y la ganadería que posteriormente serán comercializados a nivel nacional, En la agricultura se ha identificado el uso de fármacos y productos químicos para el control de plagas, sin embargo, siempre tienen presente los conocimientos ancestrales como el calendario lunar para la siembra y la deshierba.

#### **10.4 Conceptualización del Producto**

La temática de los productos turísticos para proponer es el turismo de naturaleza, aventura y el cultural esto se pudo evidenciar en las salidas del campo que la mayoría de turistas que visitan Sigchos es por realizar actividades al aire libre teniendo contacto con la naturaleza así mismo realizar actividades que impliquen grados de dificultad tanto física como psicológica además buscan hospedajes rústicos.



**Tabla 20***Preguntas para el desarrollo del producto*

|  |  |
|--|--|
| <b>¿Cuál es la temática?</b><br>Turismo de aventura, naturaleza y cultural   | <b>¿Qué lo hace especial?</b><br>Sus diferentes elevaciones, la belleza paisajista,  |
| <b>¿Qué actividades se pueden ofrecer?</b><br>Trekking, rapel, ciclismo, fotografía, camping   | <b>¿Qué recuerdo queremos que se lleve el turista?</b><br>Descubrir las leyendas que tiene Sigchos, su historia, descubrir especies de flora y fauna, conocer nuevos estilos de vida.                                |
| <b>¿Qué actores locales podrían estar interesados en participar del producto?</b><br>Artesanos, guías, establecimientos de alojamientos, restaurantes. | <b>¿Qué expectativas queremos superar ofreciéndole al turista este producto?</b><br>Mostrarles un destino turístico nuevo en el que puedan vivir una experiencia nueva con la naturaleza y sus diversas actividades. |

**10.4.1 Identificación de productos turísticos potenciales**

Sigchos es un cantón con una diversidad de recursos turísticos naturales y culturales por tal motivo los turistas extranjeros que visitan realizan actividades culturales, de naturaleza y aventura, la edad es 20 a 31 años la mayoría prefiere ir en tour mientras que el resto van de manera independiente y su lugar de origen es diverso son estadounidenses, canadienses y alemanes que vienen en busca de lugares que puedan estar en contacto con la naturaleza conocer un estilo de vida diferente al de que suelen estar acostumbrados, buscan nuevas experiencias compartir con los habitantes y ser parte de su día como en actividades agrícolas o ganaderas.

**Tabla 21***Producto y mercado*

| <b>Matriz de comparación entre producto y mercado</b> |            |               |          |          |               |
|---|------------|---------------|----------|----------|---------------|
| Destino:  |            |               |          |          |               |
| Producto/Mercado                                      | Extranjero |               | Nacional |          |               |
|   | En Tour    | Independiente | Local    | Regional | Interregional |
| Patrimonio y cultura                                  |            | X             |          | X        |               |
| Naturaleza  | X          |               |          | X        |               |

|                               |   |   |   |
|-------------------------------|---|---|---|
| Aventura y deportes Extremos. | X | X | X |
|-------------------------------|---|---|---|

Mientras que las personas o entidades que están involucradas en actividades turísticas con los establecimientos de hospedajes y alimentación, guías locales y nacionales y artesanos.

**Tabla 22**

*Condiciones a considerar*

| Concepto de Producto                       | Público Objetivo  | Condiciones de infraestructura |                        |                                 |            |               | Condiciones de Servicio |                   |           |                           |              |
|--|---|--------------------------------|------------------------|---------------------------------|------------|---------------|-------------------------|-------------------|-----------|---------------------------|--------------|
|  |   | Servicios Higiénicos           | Estaciones de descanso | Mapa de información del usuario | Señalética | Accesibilidad | Guías bilingües         | Zona para camping | Hospedaje | Instructor de actividades | Alimentación |
| Descenso a lo grande                       | Vacacionista internacional, 21 a 30 años, amante de la naturaleza y deportes extremos |                                | X                      | X                               |            | X             | X                       |                   |           | X                         | X            |
| Sigchos: entre pucarás, cultura y leyendas | Vacacionista internacional, 21 a 30 años, amante de la naturaleza y deportes          | X                              | X                      | X                               |            | X             | X                       | X                 | X         | X                         | X            |

**10.4.2 Evaluación de productos turísticos propuestos**

En base a encuestas dirigidas a los turistas, las salidas de campo se crearon dos propuestas de productos turísticos Descenso a lo grande, que se propone realizar actividades como trekking, historia, escalada en roca, fotografía este tipo de producto tiene una dificultad media alta que se puede realizar en un full Day.

**Tabla 23**

## Análisis de la demanda y oferta

| Análisis demanda / Oferta                   |  |
|---|--|
| Identificar demanda a corto / mediano plazo | <b>Demanda Potencial</b><br>Se construyó el perfil del turista en base a sus necesidades y expectativas obteniendo un turista amante de la naturaleza y deportes extremos.                                   |
|   | <b>Oferta existente</b><br>Debe ser adecuada a la demanda identificada debido a que el cantón carece de infraestructura y productos turísticos   |
| Diagnosticar oferta del destino             | <b>Estimar tiempo requerido para adecuaciones</b><br>Dependerá de las inversiones públicas y privadas que estén interesadas en participar en el diseño del producto turístico                                |
|   | <b>Preparar las condiciones para la gestión</b><br>Una vez listas las dos rutas se buscará los actores que estén interesados en participar y mantener una organización eficaz en el desarrollo del producto. |

Sigchos: entre pucarás, cultura y leyendas se plantea realizar actividades como ciclismo, caminatas, historia, camping, emprendimientos comunitarios en el que el turista pueda estar en contacto con la naturaleza este tipo de producto es de dificultad media alta para poder cumplir con todas las actividades se necesita de dos días y una noche.

**Tabla 24***Valoración de las rutas*

| Producto turístico                         | Mercado (demanda y oferta)       | Tiempo requerido para la implementación | Requerimientos económicos - nivel de inversión requerido | Condiciones para la gestión |
|--|----------------------------------|---|--|-----------------------------|
| Descenso a lo grande                       | Oferta adecuada a la demanda (2) | Corto plazo: 1 año (1)                  | Medio (2)  | Buena (3)                   |
| Sigchos: entre pucarás, cultura y leyendas | Oferta adecuada a la demanda (2) | Corto plazo: 1 año (1)                  | Medio (2)  | Buena (3)                   |

En base a la sumatoria de cada variable descrita en la tabla el total obtenido es 8 y su calificación según el manual PROMPERÚ menciona que si está en un rango de 6 a 9 tiene un grado de complejidad media, para realizar estos dos productos propuestos.

## 10.5. Diseño del Producto Turístico

### 10.5.1 Evaluación de productos turísticos propuestos

El cantón posee recursos que pueden potencializar el turismo en la zona con un adecuado aprovechamiento y proyectos que generen motivación de visita. Entre estos encontramos los pucarás el uno conocido como pucará Yaló y el otro conocido como mirador el calvario, mismos que serán parte de la ruta turística conocida como Sigchos: entre pucarás, cultura y leyendas. También está considerado el cerro sagrado Guingopana, en el que se pueden realizar actividades como trekking y rapel, además, en sus alrededores se encuentra un integral de elevaciones que serán parte de la segunda ruta Descenso en grande.

### 10.5.2 Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico

Para iniciar con la elaboración del diseño del producto turístico, vamos a partir analizando el perfil del turista (tabla 19), para obtener ideas del tipo de rutas tentativas al diseño. Se identificó que el turismo más sobresaliente en el cantón es el turismo de naturaleza, aventura y cultural (apéndice 22 y apéndice 27). Por lo tanto, las ideas de rutas a diseñar son las siguientes:

**Tabla 25**

#### *Rutas turísticas*

| <b>Ruta</b>         | <b>Nombre</b>                              | <b>Actividades</b>              | <b>Sector</b>      | <b>Distancia</b> |
|---------------------|--|---------------------------------|--------------------|------------------|
| 1. Ruta de aventura | Descenso a lo grande                       | Rapel<br>Trekking<br>Leyenda    | Guingopana         | 5 km             |
| 2. Ruta cultural    | Sigchos: entre pucarás, cultura y leyendas | Trekking<br>Ciclismo<br>Camping | Sigchos / Isinliví | 29.8 km          |

### 10.5.3 Evaluación de las condiciones actuales del producto turístico

#### 10.5.3.1 Ruta 1 Descenso a lo grande.

Esta ruta encabezada principalmente por el atractivo natural piedra sagrada Guingopana y sus alrededores, en la que se realizarán actividades como rapel, escalada y trekking (Apéndice 25-26). Considerada como una ruta nivel medio-alto, debido a la actividad de rapel en conjunto con el trekking, se tendrá la oportunidad de visitar diferentes puntos en los que se realizarán fotografías del paisaje que oferta el cantón.

**Tabla 26**

*Ficha de la ruta Descenso a lo grande*

| <b>RUTA TURÍSTICA PROPUESTA 1</b> |  |   |                       |
|-----------------------------------|--|---|-----------------------|
| <b>1. Denominación:</b>           | Descenso en grande   |   |                       |
| <b>Características</b>            | Lugar: Guingopana  | Acceso: Auto (lastre)   | Dificultad de         |
|                                   | Distancia: 5 km  | Tiempo: 8 horas   | ruta:<br>Medio - alto |
| <b>Recursos Turísticos</b>        | Piedra sagrada Guingopana  |   |                       |
| <b>Actividades:</b>               | Rapel<br>Fotografía  | Trekking<br>Picnic  |                       |
| <b>Equipo:</b>                    | Cascos<br>Guantes<br>Bastones<br>Anclaje<br>Asegurador<br>Kit de primeros auxilios | Arnés<br>Mosquetones<br>Descensores en ocho<br>Descensores automáticos<br>Descensores gri gri<br>Cuerda |                       |
| <b>Costo</b>                      | 50\$ por pax   |   |                       |
| <b>Número de personas</b>         | Mínimo 1 pax<br>Máximo 6 pax   |   |                       |

*Nota: Modificado de Ficha de desarrollo de ruta turística (Formato II Ficha De Desarrollo De Ruta Turística, S. F.)*

En base a la experiencia obtenida tras realizar la actividad, se consideró un número máximo y mínimo de personas debido al riesgo que se puede tener al realizar la actividad rapel, por lo que se necesita mantener el control de las personas y de la actividad.

**Tabla 27***Itinerario ruta 1*

| <b>Itinerario Descenso a lo Grande</b> |   |  |
|--|---|--|
| <b>Hora</b>                            | <b>Actividad</b>  | <b>Observaciones</b>   |
| 8:00 am                                | Encuentro en la piedra sagrada Guingopana                                 | Presentación<br>Indicaciones   |
| 8:20 am                                | Inicio de la ruta   | Caminata a la piedra (400 m)   |
| 8:40 am                                | Historia de la piedra sagrada Guingopana                                  | Lugar en el que se realizan rituales. (limpieza energías, trabajos oscuros, amarres)   |
| 9:00 am                                | Rapel en la piedra sagrada Guingopana<br>Visita la ventana a los Ilinizas | Preparación de equipos.<br>Instrucciones para personas primerizas<br>Diferentes puntos para realizar rapel de acuerdo al nivel de experiencia en esta actividad. |
| 11:00                                  | Picnic  | Alimentos y bebidas  |
| 12:00                                  | Descenso de la piedra sagrada Guingopana                                  | Inicio del trekking  |
| 12:20                                  | Trekking  | Caminata en los integrales de Guingopana   |
| 14:00                                  | Escalada  | Piedra que se encuentra en la ruta de trekking   |
| 15:00                                  | Descenso  | Descenso de los integrales   |
| 16:00                                  | Despedida   | Palabras de despedida  |

**10.5.3.2 Video de la ruta 1.**

<https://www.youtube.com/watch?v=aagnxaX-xP4>

**10.5.3.3 Guión – Escalada a lo Grande.**

Presentación del Guía: Buenos días, sean todos bienvenidos. Mi nombre es (-) pero pueden llamarme (-). Seré su guía durante este día, en el cual realizaremos varias actividades como fotografía, un poco de historia acerca de la Piedra Sagrada de Guingopana y escalar que será la principal actividad del día de hoy. Además, se preparará un Picnic para el almuerzo en

Desarrollo del Guión: Sigchos es uno de los cantones que forman parte de la provincia de Cotopaxi, también es conocida como el Jardín Colgante de los Andes esto se debe a que tiene una variedad de pisos climáticos. Según lo afirmado por el *GAD Municipal Sigchos* (2022), y Espinosa, (2020) fueron los Puruhaes quienes llegaron a estas tierras, aproximadamente en el siglo X, para protegerse de la persecución de los

Caras. La razón por la que el cantón lleva el nombre de Sigchos, se deriva del Cacique Sigchus de la tribu Sigchila.

SIGCHILA; significa "Brazo de Hierro". Jefe de la tribu, hombre muy fuerte que dominó y dirigió con tenacidad su tribu, carentes de militarización, pero defendían su territorio con sus rústicas armas.

SIGCHOS; El sucesor denominado EL GIGANTE, por su estatura, tenía astucia y bravura. se dio a la tarea de invasiones a cada pueblo de la sierra, cuando retornaba a su lugar de escondite (Turucucho) o refugio, robando a las mujeres serranas, hasta perderse en las ramificaciones y selvas de la cordillera occidental (hoy Chugchilán). Aquel guerrero sentó el primer poblado en una de las ramificaciones de la Cordillera Occidental (hoy GUINGOPANA.) y en el cerro PUCARÁ de Chisaló, asiento de la tribu. Luego, avanzando más al occidente, pasando el Río Toachi, llegó a la planicie en existencia. El poderío, la extensión del territorio, se la conoció como JATUN -SIGCHOS (grande); se asevera este dominio hasta antes de la Era Cristiana.

Historia de la piedra sagrada Guingopana: en este cerro se pueden observar una variedad de paisajes y colores que te van a deslumbrar además es conocida como la cara del inca o cerro del amor debido que sus moradores mencionan que en este lugar se realizan varios rituales para el amor además que muchas parejas llegan ahí a prometerse su amor y a pedir la bendición del cerro, pero debido a que se realizan. Una vez que llegamos a los puntos donde se puede realizar rapel de acuerdo a la experiencia que tenga cada uno de los turistas comenzaremos con la preparación y equipos para el descenso las explicaciones necesarias para las personas que realizan por primera vez este tipo de deporte, una vez empezada la actividad se puede realizar fotografía además de llegar a un punto conocido como la ventana con vista a los Ilinizas.

¿Sabías que? Los habitantes del cantón Sigchos toman como referencia a los Ilinizas para saber cuándo comienza el invierno debido a que el Iliniza norte se llena de hielo. Una vez culminada la actividad comenzaremos a servir el picnic que será de acuerdo a las necesidades de cada uno de los turistas para finalizar tomaremos una foto grupal que será una foto de recuerdo. Además, en esta parada se realizarán preguntas a los turistas acerca de su experiencia hasta el momento con la finalidad de garantizar su satisfacción.

Queridos compañeros de aventura muchas gracias por las experiencias que hemos obtenido en este full day ha sido un honor ser su guía el día de hoy espero que ustedes al igual que yo se lleven un lindo recuerdo de las diferentes actividades que realizamos muy amables hasta pronto, tengan ustedes un lindo viaje a su ciudad o país de origen.

#### 10.5.3.4 Publicidad.

#### Figura 24

*Afiche publicitario ruta 1*





### 10.5.3.4 Ruta 2: Sigchos: entre pucarás, cultura y leyendas.

La presente ruta mostrará el medio de comunicación en el periodo incaico por el cual se informaban acerca de las situaciones ocurridas en las diferentes zonas de asentamientos, considerada como una ruta de nivel medio-alto, propuesto para un máximo de 10 personas. En el que se realizarán actividades como ciclismo, trekking, fotografía, camping y picnic (Apéndice 29-30-31). Además, el uso del establecimiento Starlight Inn ubicado en el cantón Sigchos que prestara el servicio de alojamiento y alimentación (Apéndice 32 y Apéndice 33).

**Tabla 28**

*Ficha ruta 2*

| <b>RUTA TURÍSTICA PROPUESTA 2</b> |  |                    |  |
|-----------------------------------|--|--------------------|--|
| 1. Denominación:                  | Sigchos: entre pucarás, cultura y leyendas.  |                    |  |
| Características                   | Desde: Sigchos   | Distancia: 29.8 km | Dificultad de ruta:<br>Medio - alto    |
|                                   | Hasta: Isinliví  | Tiempo: 48 horas   |  |
| Atractivos turísticos             | Pucará Yaló<br>Fábrica de mortijos   |                    | Pucará el calvario<br>Mirador el ángel |
| Actividades:                      | Ciclismo<br>Camping  | Trekking<br>Picnic | Fotografía                             |
| Equipo:                           | Bicicletas<br>Bastones<br>Botiquín de primeros auxilios<br>Rodilleras (opcional)<br>Coderas (opcional)<br>Guantes (opcional)<br>Kit de herramientas básico<br>Cámara fotográfica |                    | Cascos<br>Gafas                        |
| Costo                             | \$100 por pax  |                    |  |
| Número de personas                | Mínimo 1 pax<br>Máximo 10 pax  |                    |  |

*Nota: Modificado de Ficha de desarrollo de ruta turística (FORMATO II FICHA*

*DE DESARROLLO DE RUTA TURISTICA, s. f.)*

Para esta ruta, se consideró un mínimo (1) y un máximo (10) de personas que pueden realizar la ruta, debido a que se debe mantener el control de las personas y del cumplimiento de todo el itinerario.

**Tabla 29***Itinerario ruta 2*

| <b>Itinerario Sigchos: entre pucarás, cultura y leyendas</b> |   |   |
|--|---|---|
| <b>Hora</b>  | <b>Actividades</b>  | <b>Observación</b>  |
| 8:00   | Encuentro en el centro de Sigchos   | Presentación<br>Indicaciones  |
| 8:30   | Ciclismo  | Ciclismo desde el centro de Sigchos hacia el pucará Yaló.   |
| 9:30   | Trekking  | Inicio de trekking hacia la cima del pucará Yaló  |
| 10:30  | Vista camino del Inca<br>Historia<br>Vista del pucará el calvario                 | Se reconocerá el camino del inca y se relatará la historia de su paso por Sigchos.                    |
| 11:30  | Descenso  | Descenso al punto en el que se dejaron las bicicletas   |
| 12:10  | Ciclismo  | Salida hacia el alojamiento Starlight Inn.  |
| 13:20  | Alimentos (Picnic)  | Preparación de Picnic y almuerzo en el establecimiento  |
| 14:30  | Ciclismo  | Salida hacia el pucará el calvario  |
| 14:50  | Parada técnica  | Fotografías en el r   |
| 15:00  | Ciclismo  | Continuar el recorrido  |
| 16:00  | Pucará el calvario<br>Avistamiento del pucará Yaló<br>Continuación de la historia | Llegada al segundo pucará   |
| 16:30  | Ciclismo  | Retorno al establecimiento Starlight Inn.   |
| 18:00  | Ciclismo  | Llegada al alojamiento  |
| 19:00  | Cena  | Cena  |
| 20:00  | Camping<br>Fogata<br>Leyendas   | Noche de leyendas ocurridas cuando Sigchos era zona rural   |
| 21:00  | Camping   |   |
| <b>Siguiente Día</b>   |   |   |
| 7:00   | Desayuno  |   |
| 8:00   | Trekking  | Inició del trekking hacia la fábrica de vinos de mortiño  |
| 10:00  | Fábrica de vinos<br>Compra  | Recorrido por la fábrica de vinos de mortiño conociendo el proceso para realizar este tipo de bebida. |
| 11:00  | Trekking  | Recorrido hacia el mirador el ángel en Sigchos  |
| 13:00  | Picnic  | Alimentos y bebidas<br>Fruta<br>Sanduches<br>Jugo / gaseosa / cerveza                                 |
| 14:30  | Trekking  | Descenso hacia el parque central de Sigchos   |
| 15:30  | Despedida   | Despedida<br>Invitación a realizar la ruta en Guingopana  |

**10.5.3.6 Video de la ruta.**

[https://www.youtube.com/watch?v=zFqvEM\\_3nvE](https://www.youtube.com/watch?v=zFqvEM_3nvE)

### 10.5.3.7 Guión.

Presentación del Guía: Buenos días, sean todos bienvenidos. Mi nombre es (-) pero pueden llamarme (-), seré su guía durante este día, en el cual realizaremos varias actividades como fotografía, un poco de historia acerca de los Pucarás y como estos eran medios de comunicación entre los incas además se realizarán actividades como ciclismo, caminatas además de una noche de camping y leyendas.

Desarrollo del Guión: Se iniciará con un trekking de aproximadamente 30 min de ascenso en el primer pucará conocido como Yaló, ya en la cima se explicará datos relevantes del cantón, palabras técnicas de la derivación del nombre, como se muestra a continuación: Sigchos es uno de los cantones que forman parte de la provincia de Cotopaxi, también es conocida como el Jardín Colgante de los Andes esto se debe a que tiene una variedad de pisos climáticos que van desde el clima frío hasta el clima cálido.

Pucará es una fortaleza precolombina, la cual es construida en gruesos muros de pirca, es decir piedras sin tallar. En la misma época, en Sigchos estos pucarás eran utilizados como medios de comunicación para informar los hechos ocurridos. El término SIGCHILA; significa "Brazo de Hierro". Jefe de la tribu, hombre muy fuerte que dominó y dirigió con tenacidad su tribu, carentes de militarización, pero defendían su territorio con sus rústicas armas. Y el término SIGCHOS; significa el sucesor denominado EL GIGANTE, por su estatura, tenía astucia y bravura. se dio a la tarea de invasiones a cada pueblo de la sierra, cuando retornaba a su lugar de escondite (Turucucho) o refugio, robando a las mujeres serranas, hasta perderse en las ramificaciones y selvas de la cordillera occidental (hoy Chugchilán). Aquel guerrero sentó el primer poblado en una de las ramificaciones de la Cordillera Occidental (hoy GUINGOPANA.) y en el cerro PUCARÁ de Chisaló, asiento de la tribu. Luego, avanzando más al occidente, pasando el Río Toachi, llegó a la planicie en existencia. El poderío, la extensión del territorio, se la

conoció como JATUN -SIGCHOS (grande); se asevera este dominio hasta antes de la Era Cristiana. Terminada la explicación, se procederá a descender del pucará para iniciar con la ruta ciclística hasta el establecimiento Starlight Inn, en el que se preparará un picnic y el almuerzo. Continuando con la ruta en bicicleta se descenderá hasta el río, en el que se realizarán fotografías y una parada técnica para empezar el ascenso hasta el pucará el calvario. En este punto se explicará acerca de la flora y fauna que posee el cantón.

Las especies encontradas en el bosque andino de Sigchos están adaptadas en las bajas condiciones hídricas conocidas como penco, cabuyos, cactus y bromelias. Sin embargo, las especies que más sobresalen en el cantón son: el nogal, uña de gato, el sigse, el sacha chocho, la chilca, achupalla, la guaba, el sauco, el lechero, y el capulí. Además, las especies maderables son: el arrayan, el quishuar, el aliso, el cedro y el laurel de cera, utilizadas para realizar artesanías y construcciones. La fauna que habita en el cantón es el chucuri, el guarro, el zorrillo apestoso, lobos, y el huirachuro.

Una vez en el pucará se mostrará la vía que se recorrió y el otro pucará en dónde comenzó la ruta. Mencionando que los dos pucarás eran medios de comunicación de los incas, de esta manera mediante el fuego y el tipo de humo se conocía sobre lo que estaba pasando en uno de los dos asentamientos. Terminada la explicación, empezará el retorno hacia el establecimiento Starlight Inn, para servir la cena; posteriormente se preparará el camping y la fogata para empezar a relatar las leyendas que han ocurrido en Sigchos en el pasado: el Uñaguillo o bebe diablo, la chuza longa, el diablo de los Ilinizas, la mala hora, y la muerte toca tu puerta; seguido se dará por finalizado el primer día de la ruta.

En el segundo día, se realizará trekking hacia la fábrica de vinos, en la que se tendrá una explicación de la asociación que fundó la empresa y el proceso de la elaboración de esta bebida alcohólica por parte de los trabajadores. Continuando con el

recorrido se retornará hacia el mercado central de Sigchos con la finalidad de que el turista conozca los productos agrícolas que se producen en el lugar. Se explicará las actividades económicas del cantón como la agricultura, en el que siembran y cosechan productos como: la papa, el maíz, la oca, el melloco, el tomate de árbol, el taxo, el zambo y el zapallo. Además, la crianza de animales como el ganado vacuno, cuyes, cerdos, ovejas, y alpacas.

La caminata hacia el mirador San Miguel arcángel en Sigchos, en la que se mostrarán las zonas en las que ocurrieron las leyendas contadas la noche anterior, y se procederá a realizar un picnic debajo del mirador. Terminado el picnic se descenderá hacia el mercado y se finalizará la ruta. Queridos compañeros de aventura muchas gracias por las experiencias que hemos obtenido en este full day ha sido un honor ser su guía el día de hoy espero que ustedes al igual que yo se lleven un lindo recuerdo de las diferentes actividades que realizamos muy amables hasta pronto, tengan ustedes un lindo viaje a su ciudad o país de origen.

#### 10.5.3.8 Publicidad.

##### Figura 25

*Afiche publicitario ruta 2*



### 10.5.3.8 Leyendas de Sigchos

Con la finalidad de mostrar la cultura de Sigchos en las dos rutas establecidas se darán a conocer las leyendas que han tenido suceso en el cantón. A continuación se resumirán las 5 leyendas.

**Tabla 30**

*Resumen de leyendas del cantón*

|   |   |
|---|---|
| La Chuza Longa<br>(Apéndice 34)             | Este espectro puede tomar forma de la enamorada o la pareja se les aparece solo a los hombres infieles y que tienen deseo de aprovecharse de las mujeres, este espectro les deja un escarmiento.<br>Por eso los abuelos dicen que se les aparece solo a las malas personas.   |
| La Mala Hora<br>(Apéndice 35)               | Los diablos que se aparecen al abuelo es por estar en estado de embriaguez le dan como una lección que no debe beber hasta embriagarse, además que por esas calles y horas no se debían circular.<br>Por eso él recomendaba a sus nietos no ser tomadores porque la mala hora los perseguiría.  |
| La Muerte toca tu Puerta<br>(Apéndice 36)   | La mujer al salir en eso de las 12 de la noche la muerte le esperaba fuera de su casa y le persiguió hasta que la mato ella tropezó en la entrada de la casa y vomito sangre y falleció.  |
| El Diablo de los Ilinizas<br>(Apéndice 37)  | Por ser el un hombre mujeriego que no respeto su matrimonio el diablo de los Ilinizas le persiguió atormentándole los siguientes días ya que no pudo llevárselo al tener consigo una carabina que fue de protección, pero dijo que se lo llevaría y así fue hasta el día de su muerte, que se lo llevaron en cuerpo y alma el diablo cumplió con su cometido.   |
| El Uñaguillo o Bebé diablo<br>(Apéndice 38) | Estos espectros eran bebés abortados al ser estos pecados se convertían en espectros malignos y le llamaba la atención la leche materna en especial de los recién nacidos. Así un día que fueron de fiesta y pasaron por la quebrada la mujer y su hijo tiernito tendrían que vivir con una experiencia terrorífica con la de encontrarse con un Uñaguillo y este de le clavara con garras y colmillos en uno de los pezones de la mujer. |

### 10.5.4 Determinación de las necesidades de intervención pública y privada

Se necesitará de las inversiones públicas en temas de accesibilidad, señalética, senderos, infraestructura, servicios básicos y transporte, debido a que, en las salidas de

campo, entrevistas (Apéndice 18) y encuestas (Apéndice 16), se evidenció la falta de inversión por parte de las autoridades del cantón. Los atractivos propuestos en la ruta son de acceso público por lo que no se necesitará de una inversión privada.

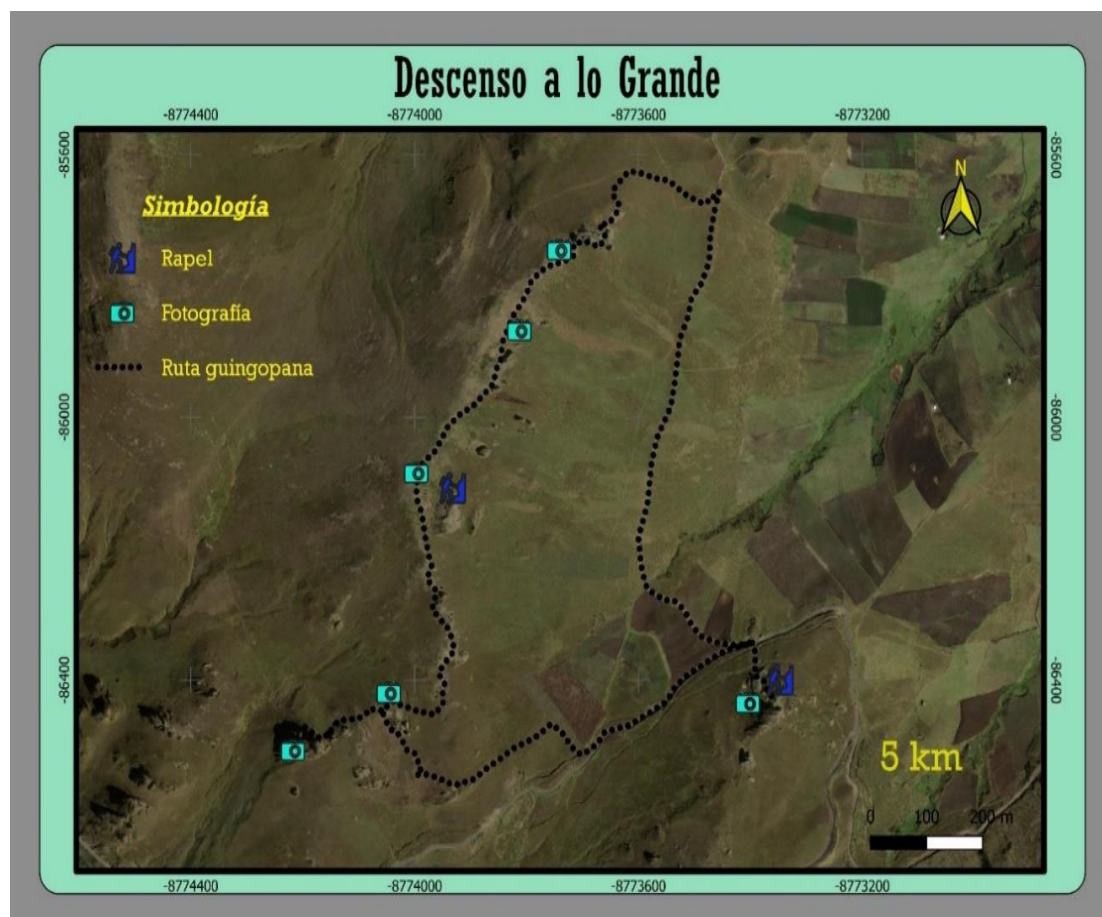
### 10.5.5 Gráfico del producto turístico

#### 10.5.5.1 Gráfico del producto turístico 1.

La presente ruta es de tipo circuito propuesta para realizar el recorrido en un full-day, con una distancia total de 5 km, en la que se realizarán actividades como rapel y trekking, siendo la primera la actividad principal también posee paradas técnicas en la que se servirá el picnic y se realizará fotografías del paisaje que rodea los atractivos y la ruta.

**Figura 26**

*Mapa Ruta Descenso a lo grande*



### 10.5.5.2 Gráfico del producto turístico 2.

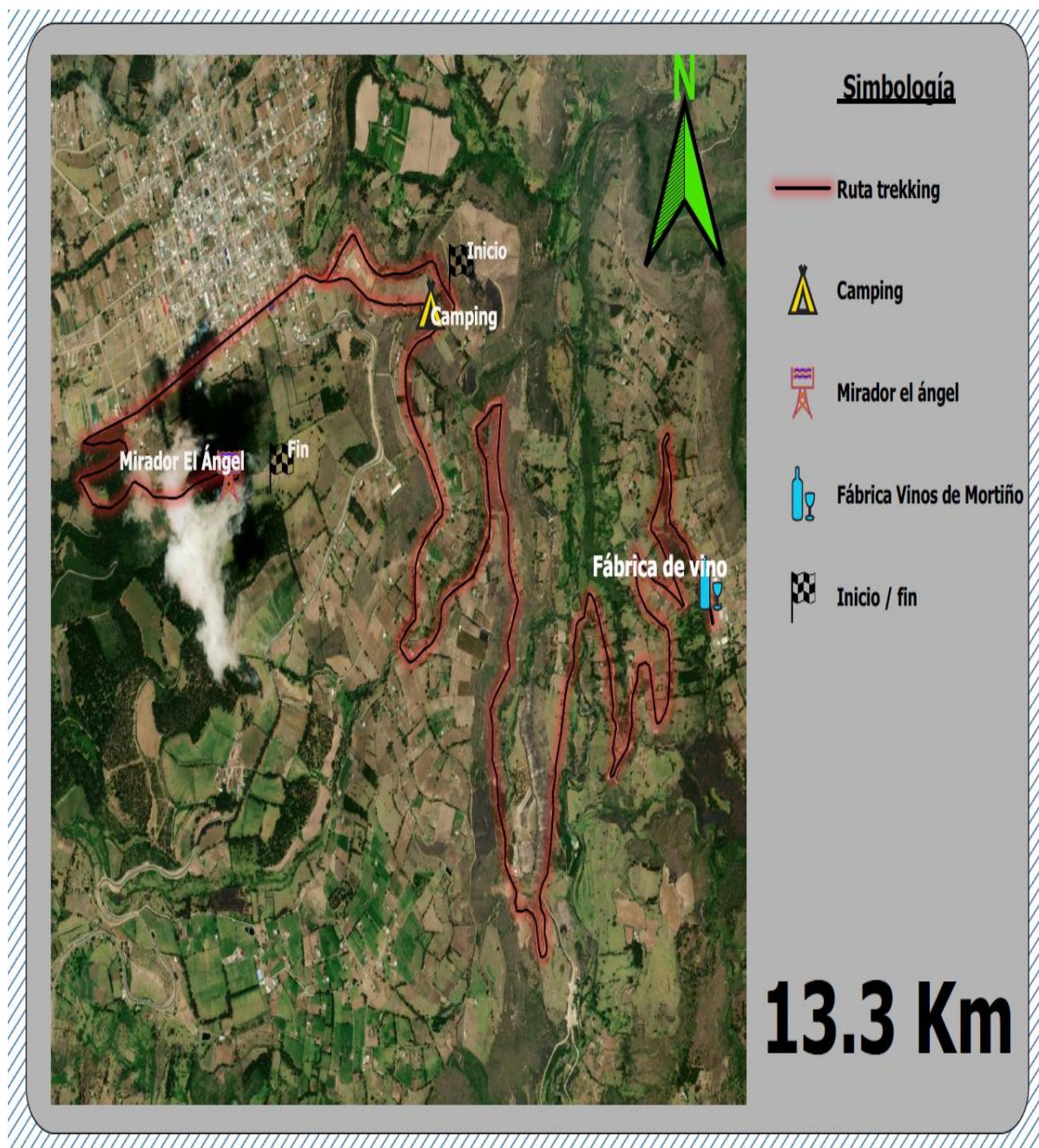
La ruta turística está propuesta para 2 días – 1 noche correspondiente a una ruta lineal con un punto de inicio y un punto final, con una distancia total de 29.8 km, en la que se empezará por realizar ciclismo hasta llegar a la base de los pucarás, y el trekking para ascender a los pucarás. En el segundo día la actividad será solo el trekking hacia la fábrica de mortiños, la feria de Sigchos y el mirador del ángel (San Miguel arcángel).

**Figura 27**

*Mapa ruta primer día*





**Figura 28***Mapa ruta segundo día*

## 10.7 Estrategias de Promoción y Difusión

### 10.7.1 Matriz FODA

Se realizó un análisis FODA tanto de factores internos y externos de la oferta y la demanda, situación actual del territorio, su infraestructura turística del cantón Sigchos como se detalla a continuación.

**Tabla 31***Matriz FODA*

| <b>MATRIZ FODA</b> |   |                      |   |
|--------------------|---|----------------------|---|
| <b>FORTALEZAS</b>  |   | <b>OPORTUNIDADES</b> |   |
| <b>F1</b>          | Ubicación geográfica privilegiada.                                    | O1                   | Innovación turística y diseño de nuevos productos turísticos  |
| <b>F2</b>          | Recursos naturales  | O2                   | Campañas de promoción y difusión de los atractivos  |
| <b>F3</b>          | Recursos culturales   | O3                   | Ampliación del mercado turístico para generar empleo e incrementar ingresos                                     |
| <b>F4</b>          | Variedad pisos climáticos.  | O4                   | Desarrollar nuevas actividades en base al target obtenido en las encuestas.                                     |
| <b>F5</b>          | Seguridad en el cantón.   | O5                   | Aumento de cooperación de entidades gubernamentales para financiar productos turísticos                         |
| <b>F6</b>          | Existe la predisposición para el desarrollo de turismo de aventura    | O6                   | Posicionamiento del cantón en el mercado turístico.   |
| <b>F7</b>          | Cercanía con los atractivos turísticos.                               | O7                   | Fomentar a la participación de la actividad turística para dinamizar la economía para los pobladores del cantón |
| <b>F8</b>          | Diversidad de la oferta turística.                                    | O8                   | Crecimiento de la demanda de productos en turismo de naturaleza y turismo de aventura                           |
| <b>F9</b>          | Diversidad de gastronomía local.                                      | O9                   | Belleza paisajista competitiva a nivel nacional   |
| <b>F10</b>         | Diversidad de costumbres y tradiciones                                | O10                  | Diferentes climas durante el año  |
| <b>DEBILIDADES</b> |   | <b>AMENAZAS</b>      |   |
| <b>D1</b>          | Falta de infraestructura turística                                    | A1                   | Turistas insatisfechos  |
| <b>D2</b>          | Falta de estrategias y planes de desarrollo turístico.                | A2                   | Limitación de desarrollo turístico  |
| <b>D3</b>          | Falta de incentivos para la inversión en nuevos proyectos turísticos. | A3                   | Falta de infraestructura vial.  |
| <b>D4</b>          | Limitada afluencia Turística  | A4                   | Destinos competidores más completos   |
| <b>D5</b>          | No tiene imagen turística   | A5                   | Pérdida de identidad cultural.  |
| <b>D6</b>          | Falta de interés y colaboración por entidades gubernamentales         | A6                   | Limitación en el desarrollo empresarial.  |
| <b>D7</b>          | Falta de señalética turística   | A7                   | Deficiencias en la coordinación entre población-autoridades   |
| <b>D8</b>          | Inexistencia de operadoras turísticas locales.                        | A8                   | Migración de la población   |
| <b>D9</b>          | Falta de conocimiento turístico por parte de los pobladores           | A9                   | Poca disponibilidad de presupuesto de inversión pública   |
| <b>D10</b>         | Escasa planta turística.  | A10                  |   |

**10.7.2 Matriz MEFI**

Se analizaron las Fortalezas y Debilidades de Sigchos, para realizar dicho analisis de inicio por la situacion actual de su territorio, los recursos naturales y culturales,

infraestructura turística, además, de las acciones que toman las autoridades y la realidad que viven los pobladores. Para valorar cada uno de los criterios de la matriz en el apartado de peso se calificó en un rango de 0.0 hasta el 1.0, y se les otorgó una calificación de 1 a 4, dependiendo de su importancia y relevancia según el rango de valoración.

**Tabla 32**

*Matriz MEFI*

| <b>FORTALEZAS</b>   | <b>PESO</b> | <b>PESO</b> | <b>VALOR</b> | <b>PONDERACIÓN</b> |
|---|-------------|-------------|--------------|--------------------|
|   |             | <b>%</b>    |              |                    |
| Ubicación geográfica privilegiada.                                    | 0,1         | 0,1         | 4            | 0,4                |
| Recursos naturales  | 0,1         | 0,1         | 4            | 0,4                |
| Recursos culturales   | 0,1         | 0,1         | 4            | 0,4                |
| Variedad pisos climáticos.  | 0,03        | 0,1         | 3            | 0,09               |
| Seguridad en el cantón.   | 0,1         | 0,1         | 3            | 0,3                |
| Existe la predisposición para el desarrollo de turismo de aventura    | 0,05        | 0,1         | 3            | 0,15               |
| Cercanía con los atractivos turísticos.                               | 0,06        | 0,1         | 3            | 0,18               |
| Diversidad de la oferta turística.                                    | 0,05        | 0,1         | 3            | 0,15               |
| Diversidad de gastronomía local.                                      | 0,05        | 0,1         | 3            | 0,15               |
| Diversidad de costumbres y tradiciones                                | 0,05        | 0,1         | 3            | 0,15               |
| <b>TOTAL</b>  |             | 100%        |              | 2,37               |
| <b>DEBILIDADES</b>  | <b>PESO</b> | <b>PESO</b> | <b>VALOR</b> | <b>PONDERACIÓN</b> |
|   |             | <b>%</b>    |              |                    |
| Falta de infraestructura turística                                    | 0,1         | 0,1         | 1            | 0,1                |
| Falta de estrategias y planes de desarrollo turístico.                | 0,05        | 0,1         | 1            | 0,05               |
| Falta de incentivos para la inversión en nuevos proyectos turísticos. | 0,07        | 0,1         | 1            | 0,07               |
| Limitada afluencia Turística  | 0,06        | 0,1         | 2            | 0,12               |
| No tiene imagen turística   | 0,1         | 0,1         | 1            | 0,1                |
| Falta de interés y colaboración por entidades gubernamentales         | 0,1         | 0,1         | 1            | 0,1                |
| Falta de señalética turística   | 0,05        | 0,1         | 2            | 0,1                |
| Inexistencia de operadoras turísticas locales.                        | 0,04        | 0,1         | 1            | 0,04               |
| Falta de conocimiento turístico por parte de los pobladores           | 0,1         | 0,1         | 2            | 0,2                |
| Escasa planta turística.  | 0,05        | 0,1         | 1            | 0,05               |
| <b>TOTAL</b>  |             | 100%        |              | 0,93               |

El total adquirido en las fortalezas del cantón Sigchos es de 2.37, debido a que posee un potencial turístico que no es aprovechado adecuadamente por las autoridades y

los pobladores. Por otra parte el total adquirido en las debilidades se obtuvo 0.93, por la descoordinación total de las autoridades y los pobladores, además la falta de conocimiento de los pobladores en el ámbito turístico. Lo que permite utilizar las fortalezas para suprimir las debilidades que pueden afectar a futuro al cantón.

### 10.7.3 Matriz MEFE

El análisis de las variables externas que son las oportunidades y amenazas del cantón, valorando cada uno de los criterios de la matriz en el apartado de peso se calificara en un rango de 0.0 hasta el 1.0, y se les otorgo una calificación de 1 a 4, dependiendo su importancia y relevancia según el rango de valoración.

**Tabla 33**

*Matriz MEFE*

|            | <b>OPORTUNIDADES</b>  | <b>PESO</b> | <b>PESO<br/>%</b> | <b>VALOR</b> | <b>PONDERACIÓN</b> |
|------------|---|-------------|-------------------|--------------|--------------------|
| <b>O1</b>  | Innovación turística y diseño de nuevos productos turísticos  | 0,05        | 0,1               | 4            | 0,2                |
| <b>O2</b>  | Campañas de promoción y difusión de los atractivos  | 0,05        | 0,1               | 3            | 0,15               |
| <b>O3</b>  | Ampliación del mercado turístico para generar empleo e incrementar ingresos                                     | 0,07        | 0,1               | 4            | 0,28               |
| <b>O4</b>  | Desarrollar nuevas actividades en base al target obtenido en las encuestas.                                     | 0,03        | 0,1               | 3            | 0,09               |
| <b>O5</b>  | Aumento de cooperación de entidades gubernamentales para financiar productos turísticos                         | 0,04        | 0,1               | 3            | 0,12               |
| <b>O6</b>  | Posicionamiento del cantón en el mercado turístico.   | 0,1         | 0,1               | 4            | 0,4                |
| <b>O7</b>  | Fomentar a la participación de la actividad turística para dinamizar la economía para los pobladores del cantón | 0,05        | 0,1               | 4            | 0,2                |
| <b>O8</b>  | Crecimiento de la demanda de productos en turismo de naturaleza y turismo de aventura                           | 0,05        | 0,1               | 4            | 0,2                |
| <b>O9</b>  | Belleza paisajista competitiva a nivel nacional   | 0,03        | 0,1               | 4            | 0,12               |
| <b>O10</b> | Diferentes climas durante el año  | 0,03        | 0,1               | 4            | 0,12               |

| <b>TOTAL</b>    |  | 100%          |              | 1,88               |      |
|-----------------|--|---------------|--------------|--------------------|------|
| <b>AMENAZAS</b> | <b>PESO</b>  | <b>PESO %</b> | <b>VALOR</b> | <b>PONDERACIÓN</b> |      |
| <b>A1</b>       | Turistas insatisfechos                                       | 0,06          | 0,1          | 2                  | 0,12 |
| <b>A2</b>       | Limitación de desarrollo turístico                           | 0,05          | 0,1          | 2                  | 0,1  |
| <b>A3</b>       | Falta de infraestructura vial.                               | 0,06          | 0,1          | 2                  | 0,12 |
| <b>A4</b>       | Destinos competidores más completos                          | 0,1           | 0,1          | 1                  | 0,1  |
| <b>A5</b>       | Pérdida de identidad cultural.                               | 0,05          | 0,1          | 2                  | 0,1  |
| <b>A6</b>       | Limitación en el desarrollo empresarial.                     | 0,05          | 0,1          | 1                  | 0,05 |
| <b>A7</b>       | Deficiencias en la coordinación entre población- autoridades | 0,13          | 0,1          | 1                  | 0,13 |
| <b>A8</b>       | Migración de la población                                    | 0,05          | 0,1          | 2                  | 0,1  |
| <b>A9</b>       | Poca disponibilidad de presupuesto de inversión pública      | 0,15          | 0,1          | 2                  | 0,3  |
| <b>TOTAL</b>    |  | 100%          |              | 1,26               |      |

#### **10.7.4 Matriz interna externa**

**Tabla 34**

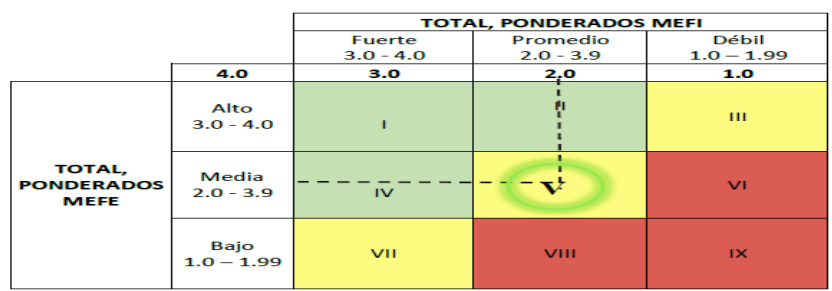
*Matriz interna – externa*

| <b>Factores internos</b> | <b>Fortalezas</b>    | <b>Debilidades</b> | <b>Total</b> |
|--------------------------|----------------------|--------------------|--------------|
|                          | 2.37                 | 0.93               | 2.20         |
| <b>Factores externos</b> | <b>Oportunidades</b> | <b>Amenazas</b>    | <b>Total</b> |
|                          | 1.88                 | 1.26               | 2.37         |

Tras la obtención de los valores totales de las matriz MEFE, misma que tiene un puntaje de 2.37 y la matriz MEFI, con un valor de 2.20, de acuerdo con las valoraciones totales obtenidas en las dos matrices, se puede evidenciar en la siguiente figura que tiene un promedio de media, ubicada en la casilla V.

Figura 29

Matriz interna externa



Nota: Tomado del documento evaluación del potencial turístico de la comunidad machay, parroquia río verde, cantón baños de agua santa, año 2022 (Guamangate Toaquiza, 2022).

#### 10.7.4 Matriz Estratégica

Tabla 35

Matriz estratégica

| MATRIZ ESTRATÉGICO         |  |   |
|----------------------------|--|---|
| MATRIZ ESTRATÉGICA DE FODA | FORTALEZAS (F)   | DEBILIDADES (D)   |
|                            | Ubicación geográfica privilegiada                                  | Falta de infraestructura turística                                    |
|                            | Recursos naturales   | Falta de estrategias y planes de desarrollo turístico.                |
|                            | Recursos culturales  | Falta de incentivos para la inversión en nuevos proyectos turísticos. |
|                            | Variedad pisos climáticos  | Limitada afluencia Turística  |
|                            | Seguridad en el cantón   | No tiene imagen turística   |
|                            | Existe la predisposición para el desarrollo de turismo de aventura | Falta de interés y colaboración por entidades gubernamentales         |
|                            | Cercanía con los atractivos turísticos.                            | Falta de señalética turística   |
|                            | Diversidad de la oferta turística.                                 | Inexistencia de operadoras turísticas locales.                        |
|                            | Diversidad de gastronomía local.                                   | Falta de conocimiento turístico por parte de los pobladores           |
|                            | Diversidad de costumbres y tradiciones                             | Escasa planta turística.  |
| OPORTUNIDADES (O)          | ESTRATEGIAS (FO)   | ESTRATEGIAS (DO)  |

|   |  |   |
|---|--|---|
| Innovación turística y diseño de nuevos productos turísticos  | Crear nuevos productos turísticos en base a la realidad de los territorios                   | Diseñar una imagen turística  |
| Campañas de promoción y difusión de los atractivos  | Incrementar actividades que complementen la oferta turística                                 | Promocionar los atractivos y productos mediante redes sociales y página web |
| Ampliación del mercado turístico para generar empleo e incrementar ingresos                                     | Conocer bien el mercado y su respectivo segmento para ofrecer un servicio de calidad         |   |
| Desarrollar nuevas actividades en base al target obtenido en las encuestas.                                     |  |   |
| Aumento de cooperación de entidades gubernamentales para financiar productos turísticos                         |  |   |
| Posicionamiento del cantón en el mercado turístico.   |  |   |
| Fomentar a la participación de la actividad turística para dinamizar la economía para los pobladores del cantón |  |   |
| Crecimiento de la demanda de productos en turismo de naturaleza y turismo de aventura                           |  |   |
| Belleza paisajista competitiva a nivel nacional   |  |   |
| Diferentes climas durante el año  |  |   |
| <b>AMENAZAS (A)</b>   | <b>ESTRATEGIAS (FA)</b>  | <b>ESTRATEGIAS (DA)</b>   |
| Turistas insatisfechos  | Brindar charlas motivacionales a los pobladores  | Fomentar una coordinación entre las autoridades y pobladores                |
| Limitación de desarrollo turístico  | Capacitar a los pobladores que se dedican al turismo en la mejora de la calidad del servicio | Influenciar a los pobladores mediante prácticas turísticas                  |
| Falta de infraestructura vial.  |  | Diseñar un plan de mejora de infraestructura turística                      |
| Destinos competidores más completos   |  |   |
| Pérdida de identidad cultural.  |  |   |
| Limitación en el desarrollo empresarial.  |  |   |
| Deficiencias en la coordinación entre población-autoridades   |  |   |
| Migración de la población   |  |   |
| Poca disponibilidad de presupuesto de inversión pública   |  |   |

En consecuencia del análisis MEFI y MEFE, se procedió a realizar la matriz estratégica en la que se relacionaron las siguientes variables: fortalezas y oportunidades (FO), debilidades y oportunidades (DO), fortalezas y amenazas (FA) y por último las debilidades y amenazas (DA), con la finalidad de obtener estrategias que solvente problemáticas a corto o largo plazo (tabla 29).

Se ha considerado dos estrategias con impacto alto, la creación de productos turísticos en base a la realidad de los territorios, debido a que el cantón posee atractivos naturales y culturales en los que resalta el turismo de naturaleza y de aventura. Por lo tanto se pueden adicionar actividades que complementen la visita a los diferentes atractivos; Por último conocer bien el mercado y su respectivo segmento para ofrecer un servicio de calidad, esto contribuirá a diseñar productos para los diferentes tipos de target que se presenten en el cantón. La valoración de los impactos también se calificó como medio, el incremento de actividades que complementen la oferta turística, ya que primero se requiere de inversiones en infraestructura y diseños de rutas que complementarán las actividades.

**Tabla 36**

*Análisis fortalezas – oportunidades*

| ESTRATEGIAS  | IMPACTO |      |       |      |
|--|---------|------|-------|------|
|  | FO      | ALTO | MEDIO | BAJO |
| Crear nuevos productos turísticos en base a la realidad de los territorios           |         | X    |       |      |
| Incrementar actividades que complementen la oferta turística                         |         |      | X     |      |
| Conocer bien el mercado y su respectivo segmento para ofrecer un servicio de calidad |         | X    |       |      |

Como resultado del análisis de las fortalezas y amenazas, se identificó que dos estrategias con impacto alto: Brindar charlas motivacionales a los pobladores, ya que por medio de una inducción al turismo los pobladores pueden ser partícipes de esta actividad; además, capacitar a los pobladores que se dedican al turismo en la mejora de la calidad del



servicio, esto hace referencia a una mejora progresiva de los establecimientos que ya se dedican al servicio turístico.

**Tabla 37**

*Análisis fortalezas - amenazas*

| ESTRATEGIAS  | IMPACTO |       |      |
|--|---------|-------|------|
|  | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| FA   |         |       |      |
| Brindar charlas motivacionales a los pobladores  | X       |       |      |
| Capacitar a los pobladores que se dedican al turismo en la mejora de la calidad del servicio | X       |       |      |

La estrategia de diseñar una imagen turística para el cantón es valorada con impacto medio, debido a que primero se necesita fortalecer la planta y la infraestructura turística del cantón, para ofertar productos con un excelente servicio capaz de satisfacer las necesidades del turista.

Sin embargo, la estrategia correspondiente a promocionar los atractivos y productos mediante redes sociales y páginas web, fue valorada como impacto alto, ya que los turistas encontrados en la zona de estudio se informan solo por medio de internet.

**Tabla 38**

*Análisis debilidades – oportunidades*

| ESTRATEGIAS   | IMPACTO |       |      |
|---|---------|-------|------|
|   | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| DO  |         |       |      |
| Diseñar una imagen turística  |         | X     |      |
| Promocionar los atractivos y productos mediante redes sociales y página web | X       |       |      |

En este apartado se encontraron dos estrategias con impacto medio; la primera hace referencia a fomentar una coordinación entre las autoridades y pobladores, debido a que las autoridades no destinan fondos para el desarrollo del turismo y los pobladores no tienen

conocimientos de esta actividad, además del desinterés que muestra la población: y, por último, se pretende diseñar un plan de mejora de infraestructura turística, debido a que en algunos atractivos se encuentra deteriorado y en otros no existe.

Por otra parte, se valoró a una estrategia con impacto alto, influenciar a los pobladores mediante prácticas turísticas, debido a que no hay un conocimiento preciso una práctica turística puede otorgarle experiencia y beneficios del turismo.

**Tabla 39**

*Análisis debilidades - amenazas*

| ESTRATEGIAS  | IMPACTO |      |       |      |
|--|---------|------|-------|------|
|  | DA      | ALTO | MEDIO | BAJO |
| Fomentar una coordinación entre las autoridades y pobladores |         |      | X     |      |
| Influenciar a los pobladores mediante prácticas turísticas   |         | X    |       |      |
| Diseñar un plan de mejora de infraestructura turística       |         |      | X     |      |

**10.7.5 Resumen de estrategias**

Tras la valoración según el grado de impacto, se identificaron 6 estrategias con impacto alto, las cuales servirán para el desarrollo turístico del cantón y la integración progresiva de los pobladores. Además, la estrategia que más sobresale es la de Brindar charlas motivacionales a los pobladores, debido al desconocimiento del tema y falta de interés por practicar la actividad turística.

**Tabla 40**

*Estrategias*

| MATRIZ | RESUMEN ESTRATEGIAS  |
|--------|--|
|        | FO   |
| 1      | Crear nuevos productos turísticos en base a la realidad de los territorios |
| 2      | Incrementar actividades que complementen la oferta turística               |

|    |  |
|----|--|
| 3  | Conocer bien el mercado y su respectivo segmento para ofrecer un servicio de calidad         |
| FA |  |
| 4  | Brindar charlas motivacionales a los pobladores  |
| 5  | Capacitar a los pobladores que se dedican al turismo en la mejora de la calidad del servicio |
| DO |  |
| 7  | Diseñar una imagen turística   |
| 8  | Promocionar los atractivos y productos mediante redes sociales y página web                  |
| DA |  |
| 9  | Fomentar una coordinación entre las autoridades y pobladores                                 |
| 10 | Influenciar a los pobladores mediante prácticas turísticas                                   |
| 11 | Diseñar un plan de mejora de infraestructura turística                                       |

## **11 PRESUPUESTO Y CRONOGRAMA**

**Tabla 41**

*Presupuesto de estrategias*

| <b>Estrategias</b>   | <b>Acción</b>  | <b>Precio</b> | <b>Duración</b> |
|--|--|---------------|-----------------|
| Promoción y difusión de los atractivos                                     | -Diseño página web<br>-Redes sociales<br>-Trípticos<br>-Spots publicitarios  | \$300         | 1 semana        |
| Diseño de nuevos productos turísticos                                      | -Evaluación del territorio.<br>-Análisis del territorio<br>-Diseño de los productos  | \$300         | 4 meses         |
| Charlas motivacionales a los pobladores                                    | -Inducción al turismo<br>-Creación de productos turísticos<br>-Técnicas de servicio<br>-Análisis de la competencia y target.               | \$200         | 1 mes           |
| Mejora del plan de desarrollo turístico y diseño de un plan de salvaguarda | -Análisis de los elementos culturales que se están perdiendo<br>-Diseño del plan de salvaguarda con programas de prevención y conservación | \$350         | 5 meses         |
| Mejora de la imagen del cantón   | -Programas de mejora de la infraestructura turística<br>-Coordinación de las autoridades y los pobladores                                  | \$200         | 1 año           |
| <b>TOTAL</b>   |  | <b>1.350</b>  |                 |

## 12 IMPACTOS

**Tabla 42**

*Impactos del proyecto de investigación*

| <b>Indicadores</b>     | <b>Impacto Positivo</b>  | <b>Impactos negativos</b>  |
|------------------------|--|--|
| <b>Técnico</b>         | Unificación de los pobladores y las autoridades mediante el diseño de la ruta y la elaboración de estrategias mediante la matriz FODA.                   | Descordinación por la ideología de una persona, causando una desintegración del grupo.                   |
| <b>Socio-ambiental</b> | La propuesta de nuevas rutas en que estén integrados los recursos que pueden llegar a comercializarse y dinamizar de esta manera la economía del sector. | Mala práctica del turismo explotando los recursos, por las retribuciones económicas que deja el turismo. |

## 13 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 13.1 Conclusiones

Al momento de realizar el trabajo de campo, se validó 68 atractivos entre naturales y culturales de los 88 inventariados por el GAD municipal de Sigchos, debido a que los recursos no validados correspondían a: festividades que solo se realizan en fechas específicas; juegos tradicionales, que los practican en las festividades; y la gastronomía que solo son preparados en actos importantes como: pedido de mano. Además, se encontraron dos atractivos no inventariados: el cañón del río Siwi y el mirador las Golondrinas. Dando como resultado un total de 70 atractivos validados e inventariados.

En base a las encuestas realizadas se pudo determinar que el tipo de turista, más predispuesto a visitar el cantón, es de origen americano, amante del turismo de naturaleza y turismo de aventura, que le interesa realizar actividades al aire libre. En consecuencia, se diseñaron dos rutas turísticas: la ruta 1 denominada “Descenso a lo grande”, misma que será ejecutada en un full day realizando actividades como: trekking, rapel y fotografías. La ruta 2 se denomina “Sigchos entre pucarás, cultura y leyendas”, esta ruta está dispuesta

para realizarla en dos días y una noche, en la que se realizarán actividades como: ciclismo, trekking, camping y el relato de leyendas ocurridas en el cantón.

Finalmente, se realizó un análisis FODA para determinar las cualidades positivas y negativas del cantón, las cuales fueron valoradas una por una con la finalidad de obtener valores totales de la matriz MEFI y MEFE. De este modo, se obtuvieron 6 estrategias con impacto alto y 5 estrategias con impacto medio, de las cuales la más importante es brindar charlas motivacionales a los pobladores del cantón, con la finalidad de que sean partícipes de esta actividad y se beneficien del turismo. Dichas estrategias tienen su lapso de tiempo para ser ejecutadas.

### **13.2 Recomendaciones**

Realizar una actualización constante de la base de datos y que las autoridades de turno gestionen la viabilidad y el acceso hacia los recursos, con la finalidad de obtener datos más reales y que los recursos puedan tener más importancia.

Se necesita prolongar el tiempo de encuestas a las turistas con la finalidad de completar la muestra de las encuestas y obtener datos completamente efectivos para el diseño del perfil del turista.

Diseñar mejores rutas turísticas en base a los distintos perfiles del turista obtenidos previamente en un estudio para garantizar la satisfacción de los mismos al momento de adquirir un producto en el destino.

Poner en marcha las charlas motivacionales y las capacitaciones para un progresivo desarrollo turístico del cantón, además, generar proyectos en los que los pobladores pongan en práctica el conocimiento adquirido.

## 14 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abril. (2022). *Divisas generadas por el Turismo*.

<http://www.revistalideres.ec/lideres/turismo-genero-millones-ecuador-ministro.html>

Amador, C. Y. (2021). Tipos de turismo. *Uno Sapiens Boletín Científico de la Escuela Preparatoria No. 1*, 4(7), Art. 7.

Amaiquema, L. (2015). *Recursos turísticos*. Machala: Ecuador.

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/6892>

Arce Bastidas, R. F., Suárez Domínguez, E., Solís Argandoña, E. V., Argudo Guevara, N., Arce Bastidas, R. F., Suárez Domínguez, E., Solís Argandoña, E. V., & Argudo Guevara, N. (2020). Análisis de los productos turísticos: Caso Península de Santa Elena, Ecuador. *Podium*, 38, 139-158.

<https://doi.org/10.31095/podium.2020.38.9>

Ballina, F. J. de la B. (2017). *Marketing turístico aplicado*. ESIC.

Barrantes, R., & Fiestas Flores, J. (2013). El camino hacia una economía verde: El caso de la infraestructura de turismo en áreas naturales protegidas. *Instituto de Estudios Peruanos*. <https://repositorio.iep.org.pe/handle/IEP/729>

Bejarano, G. N. (s. f.). *REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS*. 43.

Bertoncello, R. V., & Troncoso, C. (2018). *Vinculos entre patrimonio natural y turismo: Una revision para el caso argentino*.

<https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/177951>

Cabanilla, E., & Cabanilla, E. (2018). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. *Siembra*, 5(1), 121-131.

<https://doi.org/10.29166/siembra.v5i1.1433>

- Carballo, R. R., Carballo, M. M., León, C. J., & Gil, S. M. (2021). La percepción del riesgo y su implicación en la gestión y promoción de los destinos turísticos. El efecto moderador del destino. *Cuadernos de Turismo*, 47, Art. 47.  
<https://doi.org/10.6018/turismo.473991>
- Carvache-Franco, W., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., Recalde-Lino, X., Carvache-Franco, W., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., & Recalde-Lino, X. (2018). Preferencias para el turismo de aventura en la elaboración de un paquete turístico: Caso Santa Elena, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(1), 43-51. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2018000100043>
- Chávez, N. I. S., Fernández, A. J. R., & Gómez, G. A. Á. (2017). Actualidad y proyecciones de desarrollo del turismo internacional en Ecuador. *Revista UNIANDES Episteme*, 4(3 (Julio-Septiembre)), 276-287.
- Contreras, E. (2021). *La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: Una revisión desde Colombia*.  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-50512021000300035](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512021000300035)
- Cornelio, B. (2019). *Marketing turístico para Millennials*.  
<http://ri.ujat.mx/handle/20.500.12107/3700>
- Cuenca, L. M. S., Romero, D. A. M., & Loayza, D. C. P. (2020). Determinación del producto turístico basado en ecoturismo por medio de la potencialidad: Caso Parroquias Rurales de Santa Rosa, El Oro, Ecuador. *RICIT: Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, 14, 7-23.
- Ejemplo de Check List / PDF*. (s. f.). Scribd. Recuperado 14 de noviembre de 2022, de <https://es.scribd.com/document/428358048/Ejemplo-de-check-list>

- Espinosa, G. (2020). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Sigchos*.  
<https://www.gadmsigchos.gob.ec/d2013/pdot%20total.pdf>
- Formato ii ficha de desarrollo de ruta turística*. (s. F.). studylib.es. Recuperado 6 de febrero de 2023, de <https://studylib.es/doc/9034058/formato-ii-ficha-de-desarrollo-de-ruta-turistica>
- GAD Municipal Sigchos*. (2022). Gobierno Autónomo Descentralizado de Sigchos - 2022. <https://www.gadmsigchos.gob.ec/new/>
- Gaibor Olalla, J. L. (2019). *Infraestructura turística y afluencia de visitantes en el complejo “La Chorrera” en la Parroquia Balsapamba* [BachelorThesis, Babahoyo: UTB, 2019]. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/7064>
- García Palacios, C. (2016). Turismo comunitario en Ecuador: ¿Quo vadis? *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(4), 597-614.
- Gran cantidad de turistas visitaron Cotopaxi en este último feriado. (2021, octubre 11). *La Gaceta*. <https://lagaceta.com.ec/gran-cantidad-de-turistas-visitaron-cotopaxi-en-este-ultimo-feriado/>
- Guamangate Toaquiza, S. M. (2022). *Evaluación del potencial turístico en la comunidad Machay, parroquia Río Verde, cantón Baños de Agua Santa, año 2022*. [BachelorThesis, Ecuador: Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC)]. <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/9324>
- Hosteltur. (2019). *La mitad de las divisas por turismo se concentran en 10 países / Economía*. Hosteltur: Toda la información de turismo. [https://www.hosteltur.com/lat/130054\\_la-mitad-de-las-divisas-por-turismo-se-concentran-en-10-paises.html](https://www.hosteltur.com/lat/130054_la-mitad-de-las-divisas-por-turismo-se-concentran-en-10-paises.html)
- Jácome, V. (2019). *El patrimonio cultural inmaterial como recurso para desarrollar el turismo cultural en la provincia de Loja—Ecuador—ProQuest*.



<https://www.proquest.com/openview/452ba63dacf8a519b125952f1280f90f/1?pq-origsite=gscholar&cbl=100639>

- Leonard, Y. G., Sorhegui-Ortega, R., Vergara-Romero, A., & Moya, L. N. (2021). Análisis prospectivo de la gestión del destino turístico de la Habana. *REVISTA CIENTÍFICA ECOCIENCIA*, 8(2), Art. 2.  
<https://doi.org/10.21855/ecociencia.82.446>
- Letona, E. A. (2018). Jóvenes y hábitos de consumo en turismo. *Revista de Estudios de Juventud*, 119, 47-61.
- Ley-de-turismo.pdf*. (s. f.). Recuperado 5 de noviembre de 2022, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/ley-de-turismo.pdf>
- Manual para la Planificación de Productos Turísticos*. (2014). Arkabas.  
<https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>
- Martínez Rolán, L. X., Tymoshchuk, O., Piñeiro Otero, T., & Renó, D. P. (2019). Instagram como red de promoción e hipermediación del turismo rural: El caso de Aldeias Históricas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1610-1632.
- Medina, P. (2018). *El ecoturismo en Ecuador: Actualidad y perspectivas de desarrollo*.  
<https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2018/ecoturismo-ecuador.html>
- MINTUR. (2017). *Guía para el levantamiento de atractivos turísticos del Ecuador*.  
[https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte2\\_GuiaLevantamientoDeAtractivosTuristicos2017\\_2daEd.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte2_GuiaLevantamientoDeAtractivosTuristicos2017_2daEd.pdf)
- Moral, S., & Cañero, P. (2013). *IdUS - El turismo de aventura: Concepto, evolución, características y mercado meta. El caso de Andalucía*.  
<https://idus.us.es/handle/11441/52975>

- Moreno, M., & Coromoto, M. (2011). *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, 25.*
- Nasimba, M., Cejas, M., & Nasimba, C. (2015). *Artículo de revisión. Diseño de productos turísticos y sus facilidades.*
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: Conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo, 35*, Art. 35.  
<https://doi.org/10.6018/turismo.35.221641>
- Olsen, Orozco Carlos, & Álava Felipe. (2021). *Plan Sectorial de Turismo 2021-2025.*  
[https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/09/plan-sectorial-de-turismo-11-8-2022\\_compressed.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/09/plan-sectorial-de-turismo-11-8-2022_compressed.pdf)
- Ordoñez, A., & Ochoa, P. (2020). Ambiente, sociedad y turismo comunitario: La etnia Saraguro en Loja – Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales, 26(2).*  
<https://doi.org/10.31876/rcs.v26i2.32433>
- Otero, A. M. (s. f.). *Planificación y Manejo de Atractivos Turísticos Culturales.* 11.
- Peñaherrera, R. P. G. (2014). *Director de tesis: Arq. Jorge Mario chancay.* 250.  
*Perfil del Turista Extranjero y Vacacionista Nacional. - Ppt descargar.* (s. f.).  
Recuperado 15 de enero de 2023, de <https://slideplayer.es/slide/10204678/>
- Pineda Reasco, A. P., Sojos López, G. L., Calle Iñiguez, M. P., Pineda Reasco, A. P., Sojos López, G. L., & Calle Iñiguez, M. P. (2019). Análisis del Sistema Turístico de la Parroquia Casacay, Pasaje, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo, 15(2)*, 162-169. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2019000200162>
- Pisco, C. I. M., Pacheco, A. de J. M., & Pisco, L. L. M. (2019). Perspectivas y potencialidades del cantón Manta para la implementación de un plan de marketing turístico. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible, 12(26)*, 46.

- Poveda, G., Rendón, J., & Castro, D. (2018). Incentivo del turismo en el Ecuador. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, abril. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/turismo-ecuador.html>
- Quijije Pinales, M. G. (2022). “*gestión administrativa y estrategias de marketing en las operadoras turísticas del cantón puerto lópez, periodo 2019-2021.*” [BachelorThesis, Jipijapa-Unesum]. <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/4541>
- Quintana, V. M. (2017). El turismo de naturaleza: Un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193(785), Art. 785. <https://doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>
- Rodas, M., Ullauri Donoso, N., & Sanmartín, I. (2015). El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura. *RICIT: Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, 9, 60-78.
- Ronquillo, S. S. (2015). El Aporte de la Actividad Turística y el Ingreso de Divisas para el Ecuador. *Empresarial*, 9(35), Art. 35.
- Rubio-Martínez, F.-J. (2016). *Diseño de productos turísticos*. <http://tauja.ujaen.es/jspui/handle/10953.1/2338>
- Sancho, A., Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., Pedro, A., Ramos, S., & Ruiz, P. (2011). *OMT Organización Mundial del Turismo*. 393.
- Santamaría, E., & López, S. de los A. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24, 13.
- Sarli, O., Ruth, R., González, O., & Inés, S. (2015). *Swot analysis, a necessary tool*. 4.
- Sillo, S. O. (2015). *Actualización Plan de desarrollo y ordenamiento territorial*. 240.
- Talancón, H. P. (2006). *La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales*. 17.

- User, S. (2018). *Plan de Desarrollo*. <https://www.cotopaxi.gob.ec/index.php/2015-09-20-01-01-40/planificacion-provincial/pdyot>
- Valdivieso Tapia, P. del C. (2012). *Plan estratégico para fomentar el turismo en ruta en la parroquia Matriz del cantón Pujilí*.  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/461>
- Varisco, C. (2013). *Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios*. 17.
- Varisco, C. (2016). Turismo Rural: Propuesta Metodológica para un Enfoque Sistémico. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 14(1), 153-167.  
<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.010>
- Vejsbjerg, L. (2012). *La importancia científica en la selección de atractivos turísticos patrimoniales: Una visión desde la espacialidad social*.  
<http://rid.unrn.edu.ar/handle/20.500.12049/2731>
- Villalva, M., & Inga, C. (2021). *Saberes ancestrales gastronómicos y turismo cultural de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo*.  
[http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2550-67222021000100129&script=sci\\_arttext](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2550-67222021000100129&script=sci_arttext)

**15. ANEXOS****Apéndice 1 Hoja de vida del equipo de investigadores****UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI****DATOS INFORMATIVOS DEL PERSONAL DOCENTE****DATOS PERSONALES**

APELLIDOS: Andrade Ayala

NOMBRES: Andrea Isabel

ESTADO CIVIL: Casada

CÉDULA 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: 0234255320

TELÉFONO CELULAR: 0984255539

EMAIL INSTITUCIONAL: [Andrea.andrade@utc.edu.ec](mailto:Andrea.andrade@utc.edu.ec)**ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS**

| NIVEL  | TÍTULO OBTENIDO                                     | FECHA DE REGISTRO | CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP O SENESCYT |
|--------|---|-------------------|--|
| TERCER | Ingeniería 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 | Lugar (País ciudad) | Fecha de la publicación                  |
|-------------------------------------|---|----------------------|---------------------|--|
| Coautor                             | Planificación para la conservación de sitios del turismo sostenible, caso bosque de Leonana, provincia de Chimborazo. | UTCiencia            | Ecuador-Latacunga   | (Aprobado para la publicación volumen 4) |
| Coautor                             | Diagnóstico ornitológico en el campus Salache   | Libro                | Ecuador-Latacunga   | (Aprobado para la publicación digital)   |

**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**

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

---

**DATOS PERSONALES****APELLIDOS:** Sabando Cachago**NOMBRES:** Diego Alexander**ESTADO CIVIL:** Soltero**NACIONALIDAD:** ecuatoriana**CÉDULA DE CIUDADANÍA:** 1723894869**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 0**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** Quito, 7/02/1998**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Principal Ferdinand Huneke S57-31 Y S57**TELÉFONO CELULAR:** 0987299020**EMAIL INSTITUCIONAL:** [diego.sabando4869@utc.edu.ec](mailto:diego.sabando4869@utc.edu.ec)**ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS**

| <b>NIVEL</b>      | <b>INSTITUCIÓN</b>                    |
|-------------------|---------------------------------------|
| <b>PRIMARIO</b>   | Unidad Educativa Madre María Berenice |
| <b>SECUNDARIO</b> | Colegio Técnico Ismael Proaño Andrade |
| <b>TERCER</b>     | Universidad Técnica de Cotopaxi       |

---

**Firma**

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

### DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE

#### DATOS PERSONALES

**APELLIDOS:** Vasconez Pachacama

**NOMBRES:** Melissa Lizbeth

**ESTADO CIVIL:** Soltero

**NACIONALIDAD:** ecuatoriana

**CÉDULA DE CIUDADANÍA:** 1727717850

**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 0

**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** Quito, 14/09/1999

**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Sangolqui, Cotogchoa

**TELÉFONO CELULAR:** 0991227410

**EMAIL INSTITUCIONAL:** melissa.vasconez7850@utc.edu.ec



#### **ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS**

| <b>NIVEL</b>      | <b>INSTITUCIÓN</b>                                     |
|-------------------|--|
| <b>PRIMARIO</b>   | Escuela Fiscal Mixta Leopoldo Mercado                  |
| <b>SECUNDARIO</b> | Unidad Educativa del Milenio Doctor Telmo Hidalgo Díaz |
| <b>TERCER</b>     | Universidad Técnica de Cotopaxi                        |

  
**Firma**

| FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS |           |        |           |   |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
|---|-----------|--------|-----------|---|------|---------|-----------|--------------------------------------|--|--|--|--------------------------|--|--------------------------|--|--|--|
| Código del atractivo:   |           |        |           |   |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
|   | Provincia | Cantón | Parroquia | Categoría                                   | Tipo | Subtipo | Jerarquía | Atractivo                            |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
| <b>1. DATOS GENERALES</b>   |           |        |           |   |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
| 1.1 Nombre del Atractivo Turístico                                    |           |        |           |   |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
|   |           |        |           |   |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
| 1.2 Categoría   |           |        |           | 1.3 Tipo                                    |      |         |           | 1.4 Subtipo                          |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
|   |           |        |           |   |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
| <b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>                           |           |        |           |   |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
| 2.1 Provincia   |           |        |           | 2.2 Cantón                                  |      |         |           | 2.3 Parroquia                        |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
|   |           |        |           |   |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
| 2.4 Calle Principal   |           |        |           | 2.5 Número                                  |      |         |           | 2.6 Transversal                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
|   |           |        |           |   |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
| 2.7 Barrio, Sector o Comuna   |           |        |           | 2.8 Sitio poblado más cercano               |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
|   |           |        |           |   |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
| 2.9 Latitud (grados decimales)  |           |        |           | 2.10 Longitud (grados decimales)            |      |         |           | 2.11 Altura (msnm)                   |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
|   |           |        |           |   |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
| 2.12 Inmerso en Espacio Turístico                                     |           |        |           | SI  |      |         |           | NO                                   |  |  |  | S/I                      |  |                          |  |  |  |
| 2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:                                  |           |        |           |   |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
| Observaciones:  |           |        |           |   |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
| <b>3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS</b>                              |           |        |           |   |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
|   |           |        |           | SI  |      |         |           | NO                                   |  |  |  | S/I                      |  |                          |  |  |  |
| 3.1 Clima   |           |        |           | 3.2 Temperatura(°C)                         |      |         |           | 3.3 Precipitación Pluviométrica (mm) |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
|   |           |        |           |   |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
| <b>4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>                        |           |        |           |   |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
|   |           |        |           | SI  |      |         |           | NO                                   |  |  |  | S/I                      |  |                          |  |  |  |
| 4.1 Tipo de Ingreso (U)   |           |        |           | SI  |      |         |           | NO                                   |  |  |  | S/I                      |  |                          |  |  |  |
| 4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)   |           |        |           | 4.1.2 Restringido (Continuar observaciones) |      |         |           | 4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)   |  |  |  | <input type="checkbox"/> |  |                          |  |  |  |
| 4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):                              |           |        |           | a. Desde \$                                 |      |         |           | b. Hasta \$                          |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
|   |           |        |           | a. Efectivo                                 |      |         |           | b. Dinero Electrónico                |  |  |  |                          |  | <input type="checkbox"/> |  |  |  |
| 4.1.3.2 Forma de Pago (M):  |           |        |           | c. Tarjeta de Débito                        |      |         |           | d. Tarjeta de Crédito                |  |  |  |                          |  | <input type="checkbox"/> |  |  |  |
|   |           |        |           | e. Transferencia Bancaria                   |      |         |           | f. Cheque                            |  |  |  |                          |  | <input type="checkbox"/> |  |  |  |
| 4.1.4 Horario:  |           |        |           | a. Hora de Ingreso:                         |      |         |           | b. Hora de Salida:                   |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
|   |           |        |           | a. Todos los días                           |      |         |           | c. Fines de Semana y Feriados        |  |  |  |                          |  | <input type="checkbox"/> |  |  |  |
| 4.1.5 Atención (U):   |           |        |           | b. Sólo días hábiles                        |      |         |           | d. Otro.                             |  |  |  | Especifique:             |  |                          |  |  |  |
|   |           |        |           |   |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
| Observaciones:  |           |        |           |   |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
| 4.2 Temporalidad (M)  |           |        |           | SI  |      |         |           | NO                                   |  |  |  | S/I                      |  |                          |  |  |  |
| a. Alta (meses)   |           |        |           | Especifique:                                |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
| b. Baja (meses)   |           |        |           | Especifique:                                |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
| Observaciones:  |           |        |           |   |      |         |           |                                      |  |  |  |                          |  |                          |  |  |  |
| 4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).                   |           |        |           | SI  |      |         |           | NO                                   |  |  |  | S/I                      |  |                          |  |  |  |



|   |                          |                                  |   |                                       |                          |
|---|--------------------------|----------------------------------|---|---------------------------------------|--------------------------|
| a. Rampas   |                          | b. Baterías Sanitarias adecuadas |   | c. Personal Calificado                |                          |
| d. Sistema Braille  |                          | <input type="checkbox"/>         | e. Otro   | Especifique: <input type="checkbox"/> |                          |
| Observaciones:  |                          | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/>                          |                                       |                          |
| <b>5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>             |                          |                                  | <b>SI</b>   | <b>NO</b>                             | <b>S/I</b>               |
| 5.1 Acceso (M)  |                          | <b>SI</b>                        | <input type="checkbox"/>                          | <b>NO</b>                             | <input type="checkbox"/> |
| 5.1.1 Terrestre (U)                                       | a. Primer Orden          | Estado (U)                       | Bueno   | Regular                               | Malo                     |
|   | b. Segundo Orden         |                                  | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>              | <input type="checkbox"/> |
|   | c. Tercer Orden          |                                  | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>              | <input type="checkbox"/> |
| 5.1.2 Acuático (U)  | a. Marítimo              | Describir:                       |   | <input type="checkbox"/>              | <input type="checkbox"/> |
|   | b. Lacustre              | Describir:                       |   | <input type="checkbox"/>              | <input type="checkbox"/> |
|   | c. Fluvial               | Describir:                       |   | <input type="checkbox"/>              | <input type="checkbox"/> |
| 5.1.3 Aéreo   | <input type="checkbox"/> | Describir:                       |   | <input type="checkbox"/>              | <input type="checkbox"/> |
| Observaciones:  |                          | <input type="checkbox"/>         |   |                                       |                          |
| 5.2 Comunicación (M)                                      |                          | <b>SI</b>                        | <input type="checkbox"/>                          | <b>NO</b>                             | <input type="checkbox"/> |
| 5.2.1 Telefonía (M)                                       | a. Fija                  | <input type="checkbox"/>         | b. Móvil  | <input type="checkbox"/>              | c. Satelital             |
| 5.2.2 Conexión a Internet (M)                             | a. Línea Telefónica      | <input type="checkbox"/>         | b. Cable  | <input type="checkbox"/>              | c. Satélite              |
|   | d. Redes inalámbricas    | <input type="checkbox"/>         | e. LMDS   | <input type="checkbox"/>              | f. Telefonía Móvil       |
|   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>              | <input type="checkbox"/> |
| 5.2.3 Radio Portátil (U)                                  | <input type="checkbox"/> | <b>SI</b>                        | <input type="checkbox"/>                          | <b>NO</b>                             | <input type="checkbox"/> |
| Observaciones:  |                          |                                  |   |                                       |                          |
| 5.3 Señalización (M)                                      |                          | <b>SI</b>                        | <input type="checkbox"/>                          | <b>NO</b>                             | <input type="checkbox"/> |
| a. Señalización de aproximación al sitio                  | <input type="checkbox"/> | Estado (U)                       | Bueno   | Regular                               | Malo                     |
| b. Señalética en el sitio                                 | <input type="checkbox"/> |                                  | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>              | <input type="checkbox"/> |
| Observaciones:  |                          |                                  |   |                                       |                          |
| 5.4. Poblado Urbano Cercano más importante                |                          | <b>SI</b>                        | <input type="checkbox"/>                          | <b>NO</b>                             | <input type="checkbox"/> |
| 5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante:           |                          |                                  |   |                                       |                          |
| a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano: |                          | Km                               | b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano: |                                       | horas/ minutos           |
| Observaciones:  |                          |                                  |   |                                       |                          |
| 5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)                  |                          | <b>SI</b>                        | <input type="checkbox"/>                          | <b>NO</b>                             | <input type="checkbox"/> |
| 5.5.1 Tipo  | 5.5.2 Frecuencia         |                                  |   |                                       |                          |
|   | a. Diaria                | b. Semanal                       | c. Mensual  | d. Eventual                           |                          |
| a. Bus  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>              |                          |
| b. Busetas  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>              |                          |
| c. Automóvil  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>              |                          |
| d. 4x4  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>              |                          |
| e. Tren   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>              |                          |
| f. Barco  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>              |                          |
| g. Lancha / Canoa/ Bote                                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>              |                          |
| h. Avión  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>              |                          |
| i. Avioneta   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>         | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>              |                          |

|   |   |                          |  |  |
|---|---|--------------------------|--|--|
| j. Helicóptero  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>               | <input type="checkbox"/>                 |
| k. Otro   | <input type="checkbox"/> Especifique:                                     |                          |  |  |
| Observaciones:  | <input type="checkbox"/>  |                          |  |  |
| <b>6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS</b>          |   |                          |  |  |
|   |   | SI                       | NO                                     | S/I                                      |
| <b>6.1 Planta Turística (M)</b>                       |   |                          |  |  |
|   |   | SI                       | NO                                     | S/I                                      |
| a. Alojamiento  | Establecimientos registrados:   | <input type="checkbox"/> | Habitaciones:                          | Plazas: <input type="checkbox"/>         |
| b. Alimentos y Bebidas                                | Establecimientos registrados:   | <input type="checkbox"/> | Mesas:                                 | Plazas:                                  |
| c. Agencias de viaje/Operadoras                       | Establecimientos Registrados:   | <input type="checkbox"/> |  |  |
| d. Intermediación                                     | Especifique:  | <input type="checkbox"/> |  |  |
| e. Transporte o movilización interno                  | Especifique:  | <input type="checkbox"/> |  |  |
| f. Guianza  | Especifique:  | <input type="checkbox"/> |  |  |
| g. Otros  | Especifique:  | <input type="checkbox"/> |  |  |
| Observaciones:  | <input type="checkbox"/>  |                          |  |  |
| <b>6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)</b> |   |                          |  |  |
|   |   | SI                       | NO                                     | S/I                                      |
| 6.2.1 Categoría                                       | 6.2.2. Tipo (M)   | 6.2.3 Cant.              | 6.2.4 Administrador                    | 6.2.5 Coordenadas<br>a. Lat.    b. Long. |
|   |   |                          |  | 6.2.6 Estado (U)<br>B    R    M          |
| a. De apoyo a la gestión turística                    | Punto de Información abierto  |                          |  |  |
|   | Punto de información cerrado <input type="checkbox"/>                     |                          |  | <input type="checkbox"/>                 |
|   | I-Tur <input type="checkbox"/>  |                          |  | <input type="checkbox"/>                 |
|   | Centro de interpretación <input type="checkbox"/>                         |                          |  | <input type="checkbox"/>                 |
|   | Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>                 |                          |  | <input type="checkbox"/>                 |
| b. De observación y vigilancia                        | Centro de recepción - equipamiento de visitantes <input type="checkbox"/> |                          |  | <input type="checkbox"/>                 |
|   | Miradores   |                          |  |  |
|   | Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>                   |                          |  | <input type="checkbox"/>                 |
| c. De recorrido y descanso                            | Torres de observación de salvavidas <input type="checkbox"/>              |                          |  | <input type="checkbox"/>                 |
|   | Senderos <input type="checkbox"/>   |                          |  | <input type="checkbox"/>                 |
|   | Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>                  |                          |  | <input type="checkbox"/>                 |
|   | Áreas de Acampar <input type="checkbox"/>                                 |                          |  | <input type="checkbox"/>                 |
|   | Puentes de acceso a senderos <input type="checkbox"/>                     |                          |  | <input type="checkbox"/>                 |
| d. De servicio  | Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>                          |                          |  | <input type="checkbox"/>                 |
|   | Muelle <input type="checkbox"/>   |                          |  | <input type="checkbox"/>                 |
|   | Área de servicio de alimentación <input type="checkbox"/>                 |                          |  | <input type="checkbox"/>                 |
|   | Garitas de guardianía <input type="checkbox"/>                            |                          |  | <input type="checkbox"/>                 |
| e. Otros  | Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>                              |                          |  | <input type="checkbox"/>                 |
|   | Estacionamientos <input type="checkbox"/>                                 |                          |  | <input type="checkbox"/>                 |
| Observaciones:  | <input type="checkbox"/>  |                          |  |  |
| <b>6.3 Complementarios (M)</b>                        |   |                          |  |  |
|   |   | SI                       | NO                                     | S/I                                      |
| a. Casa de cambio                                     | b. Alquiler y venta de equipo especializado                               | <input type="checkbox"/> | c. Venta de Artesanías y merchandising | <input type="checkbox"/>                 |
| f. Cajero automático                                  | e. Taxis  | <input type="checkbox"/> | h. Otro                                | Especifique: <input type="checkbox"/>    |

|  |  |   |  |   |                          |   |
|--|--|---|--|---|--------------------------|---|
| Observaciones:   |  |   |  |   |                          |   |
| <b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b> |  |   |  |   |                          |   |
|  |  | SI  |  | NO  |                          | S/I   |
| 7.1 Atractivo (U)  |  |   |  |   |                          |   |
|  |  | SI  | <input type="checkbox"/>                   | NO  | <input type="checkbox"/> | S/I <input type="checkbox"/>                                |
| a. Conservado  |  | b. Alterado   |  | c. <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro     |                          | d. Deteriorado <input type="checkbox"/>                     |
| Observaciones: <input type="checkbox"/>                            |  |   |  |   |                          |   |
| 7.1.1 Factores de deterioro (M)                                    |  |   |  |   |                          |   |
|  |  | SI  |  | NO  |                          | S/I   |
| 7.1.1.1 Naturales (M)  |  | 7.1.1.2 Antrópicos (M)  |  |   |                          | <input type="checkbox"/>                                    |
| a. Erosión   |  | a. Actividades Agrícolas                                      |  | b. Actividades Ganaderas                                |                          | c. Actividades Forestales                                   |
| b. Humedad <input type="checkbox"/>                                |  | d. Actividades Extractivas / Minería <input type="checkbox"/> |  | e. Actividades Industriales <input type="checkbox"/>    |                          | f. Negligencia / Abandono <input type="checkbox"/>          |
| c. Desastres Naturales <input type="checkbox"/>                    |  | g. Huaquearía <input type="checkbox"/>                        |  | h. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>       |                          | i. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> |
| d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>                            |  | j. Escaso o nulo mantenimiento <input type="checkbox"/>       |  | k. Contaminación del Ambiente <input type="checkbox"/>  |                          | l. Generación de residuos <input type="checkbox"/>          |
| e. Clima <input type="checkbox"/>                                  |  | m. Expansión urbana <input type="checkbox"/>                  |  | n. Conflicto Político / Social <input type="checkbox"/> |                          | o. Desarrollo Industrial / <input type="checkbox"/>         |
| Otro <input type="checkbox"/>                                      |  | Especifique: <input type="checkbox"/>                         |  |   |                          | <input type="checkbox"/>                                    |
| Observaciones: <input type="checkbox"/>                            |  |   |  |   |                          |   |
| 7.2 Entorno (500 m) (U)  |  |   |  |   |                          |   |
|  |  | SI  |  | NO  |                          | S/I   |
| a. Conservado  |  | b. Alterado   |  | c. <input type="checkbox"/> En proceso de deterioro     |                          | d. Deteriorado <input type="checkbox"/>                     |
| Observaciones: <input type="checkbox"/>                            |  |   |  |   |                          |   |
| 7.2.1 Factores de deterioro (M)                                    |  |   |  |   |                          |   |
|  |  | SI  |  | NO  |                          | S/I   |
| 7.2.1.1 Naturales (M)  |  | 7.2.1.2 Antrópicos (M)  |  |   |                          | <input type="checkbox"/>                                    |
| a. Erosión   |  | a. Actividades Agrícolas                                      |  | b. Actividades Ganaderas                                |                          | c. Actividades Forestales                                   |
| b. Humedad <input type="checkbox"/>                                |  | d. Actividades Extractivas / <input type="checkbox"/>         |  | e. Actividades Industriales <input type="checkbox"/>    |                          | f. Negligencia / Abandono <input type="checkbox"/>          |
| c. Desastres Naturales <input type="checkbox"/>                    |  | g. Huaquearía <input type="checkbox"/>                        |  | h. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>       |                          | i. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> |
| d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>                            |  | j. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>            |  | k. Contaminación del Ambiente <input type="checkbox"/>  |                          | l. Generación de residuos <input type="checkbox"/>          |
| e. Clima <input type="checkbox"/>                                  |  | m. Expansión urbana <input type="checkbox"/>                  |  | n. Conflicto Político / Social <input type="checkbox"/> |                          | o. Desarrollo Industrial / <input type="checkbox"/>         |
| Otro <input type="checkbox"/>                                      |  | Especifique: <input type="checkbox"/>                         |  |   |                          | <input type="checkbox"/>                                    |
| Observaciones: <input type="checkbox"/>                            |  |   |  |   |                          |   |
| 7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea         |  |   |  |   |                          |   |
|  |  | SI  |  | NO  |                          | S/I   |
| a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)                  |  | SI  |  | NO  |                          |   |
| Observaciones: <input type="checkbox"/>                            |  |   |  |   |                          |   |
| 7.4. Declaratoria del Atractivo                                    |  |   |  |   |                          |   |
|  |  | SI  |  | NO  |                          | S/I   |
| a. Denominación:   |  | b. Fecha de declaración                                       |  | c. Alcance:   |                          |   |
| Observaciones: <input type="checkbox"/>                            |  |   |  |   |                          |   |
| 7.5 Amenazas Naturales (M)   |  |   |  |   |                          |   |
|  |  | SI  |  | NO  |                          | S/I   |
| 7.5.1 Geológicas (M)   |  |   | 7.5.2 Meteorológicas (M)                   |   |                          |   |
| a. Sismos <input type="checkbox"/>                                 |  |   | a. Huracanes <input type="checkbox"/>      |   |                          |   |
| b. Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>                  |  |   | b. Deslizamientos <input type="checkbox"/> |   |                          |   |
| c. Movimientos en masa-deslizamientos <input type="checkbox"/>     |  |   | c. Marejadas <input type="checkbox"/>      |   |                          |   |
| d. Fallas Geológicas <input type="checkbox"/>                      |  |   | d. Inundaciones <input type="checkbox"/>   |   |                          |   |

|  |   |   |   |
|--|---|---|---|
| Otro <input type="checkbox"/>  | Especifique:  |   |   |
| Observaciones:   |   |   |   |
| <b>8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>  | SI <input type="checkbox"/>                                 | NO <input type="checkbox"/>                                   | S/I <input type="checkbox"/>  |
| <b>8.1 Agua (M)</b>  | SI <input type="checkbox"/>                                 | NO <input type="checkbox"/>                                   | S/I <input type="checkbox"/>  |
| a. Potable <input type="checkbox"/>  | b. Pozo <input type="checkbox"/>                            | c. Tanquero <input type="checkbox"/>                          |   |
| d. Entubada <input type="checkbox"/>   | e. Río, vertiente, acequia o canal <input type="checkbox"/> |   | f. Lluvia <input type="checkbox"/>                                      |
| g. Otro <input type="checkbox"/>   | Especifique:  |   |   |
| Observaciones:   |   |   |   |
| <b>8.2 Energía Eléctrica (M)</b>   | SI <input type="checkbox"/>                                 | NO <input type="checkbox"/>                                   | S/I <input type="checkbox"/>  |
| a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público: <input type="checkbox"/>                | b. Panel Solar <input type="checkbox"/>                     | c. Generador de corriente eléctrica <input type="checkbox"/>  |   |
| d. Otro <input type="checkbox"/>   | Especifique:  |   |   |
| Observaciones:   |   |   |   |
| <b>8.3 Servicio de Alcantarillado (M)</b>  | SI <input type="checkbox"/>                                 | NO <input type="checkbox"/>                                   | S/I <input type="checkbox"/>  |
| a. Red Pública <input type="checkbox"/>  | b. Pozo Ciego <input type="checkbox"/>                      | c. Pozo Séptico <input type="checkbox"/>                      | d. Con descarga directa al mar, río o quebrada <input type="checkbox"/> |
| e. Letrina <input type="checkbox"/>  | f. Otro <input type="checkbox"/>                            | Especifique:  |   |
| Observaciones:   |   |   |   |
| <b>8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)</b>                  | SI <input type="checkbox"/>                                 | NO <input type="checkbox"/>                                   | S/I <input type="checkbox"/>  |
| a. Manejo de desechos (5R) <input type="checkbox"/>                                      | b. Carro Recolector <input type="checkbox"/>                | c. Terreno baldío o quebrada <input type="checkbox"/>         | d. Quema de basura <input type="checkbox"/>                             |
| e. Basura arrojada al río, acequia o canal <input type="checkbox"/>                      | f. Basura enterrada <input type="checkbox"/>                | g. Otro <input type="checkbox"/>                              | Especifique:  |
| Observaciones:   |   |   |   |
| <b>8.5 Salud (más cercano) (M)</b>   | SI <input type="checkbox"/>                                 | NO <input type="checkbox"/>                                   | S/I <input type="checkbox"/>  |
| a. Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>   | b. Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>        | c. Dispensario Médico <input type="checkbox"/>                | d. Personal Capacitado en primeros auxilios y <input type="checkbox"/>  |
| Observaciones:   |   |   |   |
| <b>8.6 Seguridad (M)</b>   | SI <input type="checkbox"/>                                 | NO <input type="checkbox"/>                                   | S/I <input type="checkbox"/>  |
| a. Privada <input type="checkbox"/>  | b. Policía Nacional <input type="checkbox"/>                | c. Policía Metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/> |   |
| d. Otra <input type="checkbox"/>   | Especifique:  |   |   |
| Observaciones:   |   |   |   |
| <b>9. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>   | SI <input type="checkbox"/>                                 | NO <input type="checkbox"/>                                   | S/I <input type="checkbox"/>  |
| 9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U): | SI <input type="checkbox"/>                                 | NO <input type="checkbox"/>                                   | Especifique:  |
| 9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):   | SI <input type="checkbox"/>                                 | NO <input type="checkbox"/>                                   | Especifique:  |
| 9.3. Nombre del Administrador:   |   |   |   |
| 9.4. Tipo de Administrador (U)   |   |   |   |
| a. Público <input type="checkbox"/>  | b. Privado <input type="checkbox"/>                         | c. Comunitario <input type="checkbox"/>                       | d. Otro <input type="checkbox"/> Especifique:                           |
| 9.5. Contacto  |   |   |   |
| a. Nombre:   |   | b. Teléfono/Celular:  |   |
| c. Correo Electrónico:   |   | d. Página WEB:  |   |
| Observaciones:   |   |   |   |
| <b>10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b>  | SI <input type="checkbox"/>                                 | NO <input type="checkbox"/>                                   | S/I <input type="checkbox"/>  |

| 10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)                        |   | SI                       | NO  | S/I                      |
|--|---|--------------------------|---|--------------------------|
| 10.1.1 En el Agua (M)                                |   | SI                       | NO  | S/I                      |
| a. Buceo   | b. Kayak de mar / lacustre                                | <input type="checkbox"/> | c. Kayak de Río                                 | <input type="checkbox"/> |
| d. Kite Surf   | e. Rafting  | <input type="checkbox"/> | f. Snorkel                                      | <input type="checkbox"/> |
| g. Surf  | h. Tubing   | <input type="checkbox"/> | i. Regata                                       | <input type="checkbox"/> |
| j. Paseo en Panga / Bote / Lancha                    | k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Inflables Esquí | <input type="checkbox"/> | l. Banana /                                     | <input type="checkbox"/> |
| m. Pesca Deportiva                                   | n. Otro   |                          | Especifique:                                    |                          |
| Observaciones:                                       |   |                          |   |                          |
| 10.1.2 En el Aire (M)                                |   | SI                       | NO  | S/I                      |
| a. Alas Delta  | b. Canopy   | <input type="checkbox"/> | c. Parapente                                    | d. Otro                  |
| Observaciones:                                       |   |                          |   |                          |
| 10.1.3 En Superficie Terrestre (M)                   |   | SI                       | NO  | S/I                      |
| a. Montañismo  | b. Escalada   | <input type="checkbox"/> | c. Senderismo                                   | <input type="checkbox"/> |
| d. Cicloturismo                                      | e. Canyoning cuevas                                       | <input type="checkbox"/> | f. Exploración de                               | <input type="checkbox"/> |
| g. Actividades Recreativas                           | h. Cabalgata  | <input type="checkbox"/> | i. Caminata                                     | <input type="checkbox"/> |
| j. Camping   | k. Pínic y  | <input type="checkbox"/> | l. Observación de flora fauna                   | <input type="checkbox"/> |
| m. Fotografía  | n. Otro   |                          | Especifique:                                    |                          |
| Observaciones:                                       |   |                          |   |                          |
| 10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)                       |   | SI                       | NO  | S/I                      |
| 10.2.1 Tangibles (M)                                 |   | SI                       | NO  | S/I                      |
| a. Recorridos Guiados / Autoguiados                  | b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y       | <input type="checkbox"/> | c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., | <input type="checkbox"/> |
| d. Presentaciones o Representaciones en vivo         | e. Muestras Audiovisuales                                 | <input type="checkbox"/> | f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas          | <input type="checkbox"/> |
| g. Fotografía  | h. Información del lugar                                  | <input type="checkbox"/> | i. Visita a Talleres                            | <input type="checkbox"/> |
| j. Otro  | Especifique:  |                          |   |                          |
| Observaciones:                                       |   |                          |   |                          |
| 10.2.2 Intangibles (M)                               |   | SI                       | NO  | S/I                      |
| 10.2.2.1. Origen:                                    | a. Ancestral  | <input type="checkbox"/> | b. Histórico                                    | c. Contemporáneo         |
| 10.2.2.2. Simbolism                                  | 10.2.2.3. Fecha de celebración:                           |                          |   |                          |
| 10.2.2.4. Periodicidad:                              | a. Anual  | <input type="checkbox"/> | b. Ocasional                                    | c. Otro                  |
| 10.2.2.5. Portadores:                                | a. Individuos   | <input type="checkbox"/> | b. Colectivos                                   | c. Instituciones         |
| 10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:         | SI  | <input type="checkbox"/> | NO  | <input type="checkbox"/> |
| 10.2.2.7. Características Específicas distintivas:   |   |                          |   |                          |
| 10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento: | SI  | <input type="checkbox"/> | NO  | <input type="checkbox"/> |
| 10.2.2.9. Nivel de Organización:                     | a. Bueno  | <input type="checkbox"/> | b. Regular                                      | c. Malo                  |
| Observaciones:                                       |   |                          |   |                          |
| 11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO     |   | SI                       | NO  | S/I                      |
| 11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)            |   | SI                       | NO  | S/I                      |

| a. Local  | b. Regional                         | c. Nacional                               | d. Internacional                     |                                   |                                  |
|---|-------------------------------------|---|--------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| <b>Observaciones:</b>                                       |                                     |   |                                      |                                   |                                  |
| <b>11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>          |                                     |   |                                      |                                   |                                  |
| SI  |                                     | NO  |                                      |                                   |                                  |
| <input type="checkbox"/>                                    |                                     | <input type="checkbox"/>                  |                                      |                                   |                                  |
| S/I   |                                     | <input type="checkbox"/>                  |                                      |                                   |                                  |
| a. Página WEB   |                                     | URL:                                      |                                      |                                   |                                  |
| b. Red Social   |                                     | Nombre:                                   |                                      |                                   |                                  |
| c. Revistas Especializadas                                  |                                     | Nombre:                                   |                                      |                                   |                                  |
| d. Material POP   |                                     | Nombre:                                   |                                      |                                   |                                  |
| e. Oficina de Información Turística                         |                                     | Nombre:                                   |                                      |                                   |                                  |
| f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)               |                                     | Especifique:                              |                                      |                                   |                                  |
| g. Otro   |                                     | Especifique:                              |                                      |                                   |                                  |
| <b>Observaciones:</b>                                       |                                     |   |                                      |                                   |                                  |
| <b>11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)</b>     |                                     |   |                                      |                                   |                                  |
| SI  |                                     | NO  |                                      |                                   |                                  |
| <input type="checkbox"/>                                    |                                     | <input type="checkbox"/>                  |                                      |                                   |                                  |
| S/I   |                                     | <input type="checkbox"/>                  |                                      |                                   |                                  |
| a. Nombre del atractivo                                     | b. Distancia (km)                   | c. Tiempo (h/m aprox.)                    | d. Coordenadas Geográficas           |                                   |                                  |
|   |                                     |   | 1. Latitud (grados decimales)        |                                   |                                  |
|   |                                     |   | 2. Longitud (grados decimales)       |                                   |                                  |
|   |                                     |   |                                      |                                   |                                  |
|   |                                     |   |                                      |                                   |                                  |
|   |                                     |   |                                      |                                   |                                  |
| <b>Observaciones:</b>                                       |                                     |   |                                      |                                   |                                  |
| <b>12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)</b>                |                                     |   |                                      |                                   |                                  |
| SI  |                                     | NO  |                                      |                                   |                                  |
| <input type="checkbox"/>                                    |                                     | <input type="checkbox"/>                  |                                      |                                   |                                  |
| S/I   |                                     | <input type="checkbox"/>                  |                                      |                                   |                                  |
| 12.1 Afluencia (M)  | 12.2 Tipo (U)                       |   | 12.3 Frecuencia (U)                  |                                   |                                  |
| a. Local  | a. Turista                          | b. Excursionista <input type="checkbox"/> | a. Alta                              | b. Media                          | c. Baja                          |
| b. Nacional   | a. Turista                          | b. Excursionista                          | a. Alta                              | b. Media                          | c. Baja                          |
| c. Extranjera <input type="checkbox"/>                      | a. Turista <input type="checkbox"/> | b. Excursionista <input type="checkbox"/> | a. Alta <input type="checkbox"/>     | b. Media <input type="checkbox"/> | c. Baja <input type="checkbox"/> |
| <b>Observaciones:</b>                                       |                                     |   |                                      |                                   |                                  |
| <b>13. RECURSO HUMANO</b>                                   |                                     |   |                                      |                                   |                                  |
| SI  |                                     | NO  |                                      | S/I                               |                                  |
| <input type="checkbox"/>                                    |                                     | <input type="checkbox"/>                  |                                      | <input type="checkbox"/>          |                                  |
| 13.1. Personal especializado en turismo (U):                |                                     | SI  | No                                   | Especifique:                      |                                  |
| 13.2. Nivel de instrucción (U)                              |                                     | <input type="checkbox"/>                  |                                      |                                   |                                  |
| Primaria  | Secundaria                          | Tercer Nivel                              | Cuarto Nivel                         | Otro                              | Especifique:                     |
| a. Inglés <input type="checkbox"/>                          | b. Alemán <input type="checkbox"/>  | c. Francés <input type="checkbox"/>       | d. Italiano <input type="checkbox"/> | e. Chino <input type="checkbox"/> | f. Otro                          |
| <b>Observaciones:</b>                                       |                                     |   |                                      |                                   |                                  |
| <b>14. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO</b>                        |                                     |   |                                      |                                   |                                  |
| SI  |                                     | NO  |                                      | S/I                               |                                  |
| <input type="checkbox"/>                                    |                                     | <input type="checkbox"/>                  |                                      | <input type="checkbox"/>          |                                  |
| <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p> |                                     |   |                                      |                                   |                                  |

| 15. ANEXOS  |  | SI                   | NO | SI                   |
|---|--|----------------------|----|----------------------|
| <b>a. Archivo Fotográfico (dos)</b>               |  |                      |    |                      |
|   |  |                      |    |                      |
| <b>Fuente:</b>                                    |  |                      |    |                      |
| <b>c. Ubicación gráfica del Atractivo</b>         |  |                      |    |                      |
|   |  |                      |    |                      |
| <b>Fuente:</b>                                    |  |                      |    |                      |
| <b>FIRMAS DE RESPONSABILIDAD</b><br>(Obligatorio) |  |                      |    |                      |
| <b>ELABORADO POR:</b>                             |  | <b>VALIDADO POR:</b> |    | <b>APROBADO POR:</b> |
| Apellido y Nombre                                 |  | Apellido y Nombre    |    | Apellido y Nombre    |
| Institución                                       |  | Institución          |    | Institución          |
| Cargo   |  | Cargo                |    | Cargo                |
| Correo Electrónico                                |  | Correo Electrónico   |    | Correo Electrónico   |
| Teléfono  |  | Teléfono             |    | Teléfono             |
| Firma   |  | Firma                |    | Firma                |
| Fecha   |  | Fecha                |    | Fecha                |

### Apéndice 3 Fichas de atractivos MINTUR cañón río Siwi

| FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS  |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
|--|-----------|--------|-----------|-----------|------|--|-----------|-----------|-----------------------------|---|---|--|---|--|--------------------------------------|---|---|---|
| Código del atractivo:  | 0         | 5      | 6         | 0         | 0    | 5  | 0         | 1         | 0                           | 8 | 0 | 1  | R |  |                                      | 0 | 0 | 1 |
|  | Provincia | Cantón | Parroquia | Categoría | Tipo | Subtipo  | Jerarquía | Atractivo |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| <b>1. DATOS GENERALES</b>  |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| 1.1 Nombre del Atractivo Turístico   |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| <b>CAÑÓN RÍO SIWI</b>  |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| 1.2 Categoría  |           |        |           |           |      | 1.3 Tipo   |           |           |                             |   |   | 1.4 Subtipo  |   |  |                                      |   |   |   |
| <b>ATRACTIVOS NATURALES</b>  |           |        |           |           |      | <b>FENÓMENOS NATURALES</b>                         |           |           |                             |   |   | <b>CAÑÓN</b>   |   |  |                                      |   |   |   |
| <b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>  |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| 2.1 Provincia  |           |        |           |           |      | 2.2 Cantón   |           |           |                             |   |   | 2.3 Parroquia  |   |  |                                      |   |   |   |
| <b>COTOPAXI</b>  |           |        |           |           |      | <b>SIGCHOS</b>                                     |           |           |                             |   |   | <b>ZUMBAHUA</b>  |   |  |                                      |   |   |   |
| 2.4 Calle Principal  |           |        |           |           |      | 2.5 Número   |           |           |                             |   |   | 2.6 Transversal  |   |  |                                      |   |   |   |
| <b>N/A</b>   |           |        |           |           |      | <b>N/A</b>   |           |           |                             |   |   | <b>N/A</b>   |   |  |                                      |   |   |   |
| 2.7 Barrio, Sector o Comuna  |           |        |           |           |      | 2.8 Sitio poblado más cercano                      |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| <b>GUAYAMA GRANDE</b>  |           |        |           |           |      | <b>ZUMBAHUA</b>                                    |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| 2.9 Latitud (grados decimales)   |           |        |           |           |      | 2.10 Longitud (grados decimales)                   |           |           |                             |   |   | 2.11 Altura (msnm)   |   |  |                                      |   |   |   |
| <b>731,395.4E</b>  |           |        |           |           |      | <b>9,908,399.1N</b>                                |           |           |                             |   |   | <b>10810M.S.N.M</b>  |   |  |                                      |   |   |   |
| 2.12 Inmerso en Espacio Turístico  |           |        |           |           |      | SI <input checked="" type="checkbox"/>             |           |           | NO <input type="checkbox"/> |   |   | S/I <input type="checkbox"/>                               |   |  |                                      |   |   |   |
| 2.12.1 Nombre del Espacio Turístico: <b>Guayama grande</b>   |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| Observaciones: <b>Comunidad que presta servicios de turismo comunitario.</b>   |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| <b>3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS</b>   |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>                          |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| 3.1. Clima <b>Seco / Lluvioso</b>  |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   | 3.2 Temperatura(°C) <b>8 – 10°</b>                         |   |  | 3.3 Precipitación Pluviométrica (mm) |   |   |   |
| <b>4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>   |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>                          |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| 4.1 Tipo de Ingreso (U)  |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>                          |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| ✓ 4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) (Continúa observaciones)   |           |        |           |           |      | 4.1.2 Restringido <input type="checkbox"/>         |           |           |                             |   |   | 4.1.3 Pagado (Continuarsiguiente) <input type="checkbox"/> |   |  |                                      |   |   |   |
| 4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):   |           |        |           |           |      | a. Desde \$  |           |           |                             |   |   | b. Hasta \$  |   |  |                                      |   |   |   |
|  |           |        |           |           |      | a. Efectivo <input type="checkbox"/>               |           |           |                             |   |   | b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>             |   |  |                                      |   |   |   |
| 4.1.3.2 Forma de Pago (M):   |           |        |           |           |      | c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>      |           |           |                             |   |   | d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>             |   |  |                                      |   |   |   |
|  |           |        |           |           |      | e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/> |           |           |                             |   |   | f. Cheque <input type="checkbox"/>                         |   |  |                                      |   |   |   |
| 4.1.4 Horario:   |           |        |           |           |      | a. Hora de Ingreso: <b>8:00 am</b>                 |           |           |                             |   |   | b. Hora de Salida: <b>17:00</b>                            |   |  |                                      |   |   |   |
|  |           |        |           |           |      | ✓ Todos los días <input type="checkbox"/>          |           |           |                             |   |   | c. Fines de Semana y Feriados <input type="checkbox"/>     |   |  |                                      |   |   |   |
| 4.1.5 Atención (U):  |           |        |           |           |      | b. Sólo días hábiles <input type="checkbox"/>      |           |           |                             |   |   | d. Otro. <input type="checkbox"/> Especifique:             |   |  |                                      |   |   |   |
| Observaciones: <b>Sitio con libre ingreso, control por parte de las autoridades de la comunidad, horario sugerencia.</b> |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| 4.2 Temporalidad (M)   |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>                                     |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| a. Alta (meses)  |           |        |           |           |      | Especifique: <b>Agosto - Octubre</b>               |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| b. Baja (meses)  |           |        |           |           |      | Especifique: <b>Enero - Abril</b>                  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| Observaciones: <b>Temporadas sugerida, respecto al ingreso de turistas extranjeros.</b>                                  |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| 4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).  |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |
| SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>                          |           |        |           |           |      |  |           |           |                             |   |   |  |   |  |                                      |   |   |   |



|  |   |   |   |   |                               |
|--|---|---|---|---|-------------------------------|
| a. Rampas <input type="checkbox"/>   |   | d. Bañerías Sanitarias adecuadas <input type="checkbox"/> |   | c. Personal Calificado <input type="checkbox"/> |                               |
| d. Sistema Braille <input type="checkbox"/>  |   | e. Otro <input type="checkbox"/>                          |   | Especifique:                                    |                               |
| Observaciones: <b>Son sitios en donde se realizan actividades físicas muy fuertes, en medio de cañones y páramos.</b>                                    |   |   |   |   |                               |
| 5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO   |   | SI <input type="checkbox"/>                               | NO <input type="checkbox"/>                       | S/I <input type="checkbox"/>                    |                               |
| 5.1 Acceso (M)   |   | SI <input type="checkbox"/>                               | NO <input type="checkbox"/>                       | S/I <input type="checkbox"/>                    |                               |
| 5.1.1 Terrestre (U)  | a. Primer Orden <input type="checkbox"/>  | Estado (U)  | Bueno <input type="checkbox"/>                    | Regular <input type="checkbox"/>                | Malo <input type="checkbox"/> |
|  | b. Segundo Orden <input type="checkbox"/> |   | Bueno <input type="checkbox"/>                    | Regular <input type="checkbox"/>                | Malo <input type="checkbox"/> |
|  | c. Tercer Orden <input type="checkbox"/>  |   | Bueno <input type="checkbox"/>                    | Regular <input type="checkbox"/>                | Malo <input type="checkbox"/> |
| 5.1.2 Acuático (U)   | a. Marítimo <input type="checkbox"/>      | Describir:  |   |   |                               |
|  | b. Lacustre <input type="checkbox"/>      | Describir:  |   |   |                               |
|  | c. Fluvial <input type="checkbox"/>       | Describir:  |   |   |                               |
| 5.1.3 Aéreo <input type="checkbox"/>   |   | Describir:  |   |   |                               |
| Observaciones: <b>El ingreso a los atractivos se los hace por vías de tercer orden, de preferencia en una camioneta, o auto 4x4, para luego caminar.</b> |   |   |   |   |                               |
| 5.2 Comunicación (M)   |   | SI <input type="checkbox"/>                               | NO <input type="checkbox"/>                       | S/I <input type="checkbox"/>                    |                               |
| 5.2.1 Telefonía (M)  |   | a. Fija <input type="checkbox"/>                          | b. Móvil <input type="checkbox"/>                 | c. Satelital <input type="checkbox"/>           |                               |
| 5.2.2 Conexión a Internet (M)  |   | a. Línea Telefónica <input type="checkbox"/>              | b. Cable <input type="checkbox"/>                 | c. Satélite <input type="checkbox"/>            |                               |
|  |   | d. Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>            | e. LMDs <input type="checkbox"/>                  | f. Telefonía Móvil <input type="checkbox"/>     |                               |
| 5.2.3 Radio Portátil (U)   |   | SI <input type="checkbox"/>                               | NO <input type="checkbox"/>                       |   |                               |
| Observaciones: <b>Solo existe internet en el centro comunitario.</b>   |   |   |   |   |                               |
| 5.3 Señalización (M)   |   | SI <input type="checkbox"/>                               | NO <input type="checkbox"/>                       | S/I <input type="checkbox"/>                    |                               |
| a. Señalización de aproximación al sitio <input type="checkbox"/>  |   | Estado (U)  | Bueno <input type="checkbox"/>                    | Regular <input type="checkbox"/>                | Malo <input type="checkbox"/> |
| b. Señalética en el sitio <input type="checkbox"/>   |   |   | Bueno <input type="checkbox"/>                    | Regular <input type="checkbox"/>                | Malo <input type="checkbox"/> |
| Observaciones: <b>No existe ningún tipo de señalética.</b>   |   |   |   |   |                               |
| 5.4. Poblado Urbano Cercano más importante   |   | SI <input type="checkbox"/>                               | NO <input type="checkbox"/>                       | S/I <input type="checkbox"/>                    |                               |
| 5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: <b>Zumbahua</b>  |   |   |   |   |                               |
| a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:  |   | Km  | b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano: |   | horas/<br>minutos             |
| Observaciones:   |   |   |   |   |                               |
| 5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)   |   | SI <input type="checkbox"/>                               | NO <input type="checkbox"/>                       | S/I <input type="checkbox"/>                    |                               |
| 5.5.1 Tipo   | 5.5.2 Frecuencia                          |   |   |   |                               |
|  | a. Diaria <input type="checkbox"/>        | b. Semanal <input type="checkbox"/>                       | c. Mensual <input type="checkbox"/>               | d. Eventual <input type="checkbox"/>            |                               |
| a. Bus <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>                        |                               |
| b. Busetas <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>                        |                               |
| c. Automóvil <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>                        |                               |
| d. 4x4 <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>                        |                               |
| e. Tren <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>                  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>                        |                               |
| f. Barco <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>                        |                               |
| g. Lancha / Canoa/ Bote <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>                  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>                        |                               |
| h. Avión <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>                  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>                        |                               |
| i. Avioneta <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>                  | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/>                          | <input type="checkbox"/>                        |                               |

|  |  |                          |   |                                       |                                     |  |                                     |
|--|--|--------------------------|---|---------------------------------------|-------------------------------------|--|-------------------------------------|
| j. Helicóptero   | <input type="checkbox"/>                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                                | <input type="checkbox"/>              |                                     |  |                                     |
| k. Otro  | Especifique:                                     |                          |   |                                       |                                     |  |                                     |
| Observaciones: No existe   |  |                          |   |                                       |                                     |  |                                     |
| 6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS  |  | SI                       | NO  | S/I                                   |                                     |  |                                     |
| 6.1 Planta Turística (M)   |  | SI                       | NO  | S/I                                   |                                     |  |                                     |
| a. Alojamiento   | Establecimiento registrados:                     | 3                        | Habitaciones: 3   | Plazas: 10                            |                                     |  |                                     |
| b. Alimentos y Bebidas   | Establecimiento registrados:                     |                          | Mesas:  | Plazas:                               |                                     |  |                                     |
| c. Agencias de viaje/Operadoras  | Establecimiento sRegistrados:                    |                          |   |                                       |                                     |  |                                     |
| d. Intermediación  | Especifique:                                     |                          |   |                                       |                                     |  |                                     |
| e. Transporte o movilización interno   | Especifique: Bus Reyna de Sigchos                |                          |   |                                       |                                     |  |                                     |
| f. Guianza   | Especifique:                                     |                          |   |                                       |                                     |  |                                     |
| g. Otros   | Especifique:                                     |                          |   |                                       |                                     |  |                                     |
| Observaciones: Los alojamientos no se encuentran registrados por el MINTUR como tal, pero prestar el servicio de alojamiento a turistas extranjeros. |  |                          |   |                                       |                                     |  |                                     |
| 6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)   |  | SI                       | NO  | S/I                                   |                                     |  |                                     |
| 6.2.1 Categoría  | 6.2.2. Tipo (M)                                  | 6.2.3 Cant.              | 6.2.4 Administrador                                     | 6.2.5 Coordenadas<br>a. Lat. b. Long. |                                     |  |                                     |
|  |  |                          |   | 6.2.6 Estado (U)<br>B R M             |                                     |  |                                     |
| a. De apoyo a la gestión turística   | Punto de Información abierto                     | 1                        | Autoridades GuayamaGrande                               | 731,721.6E 9,908,167N                 | <input checked="" type="checkbox"/> |  |                                     |
|  | Punto de información cerrado                     | 0                        |   |                                       |                                     |  |                                     |
|  | I-Tur  | 0                        |   |                                       |                                     |  |                                     |
|  | Centro de interpretación                         | 0                        |   |                                       |                                     |  |                                     |
|  | Centro de facilitación turística                 | 0                        |   |                                       |                                     |  |                                     |
|  | Centro de recepción - equipamiento de visitantes | 0                        |   |                                       |                                     |  |                                     |
| b. De observación y vigilancia   | Miradores  | 2                        | Autoridades GuayamaGrande                               | 731,889E 9,909,745.2N                 | <input checked="" type="checkbox"/> |  |                                     |
|  | Torres de avistamiento de aves                   | 0                        |   |                                       |                                     |  |                                     |
|  | Torres de observación de salvavidas              | 0                        |   |                                       |                                     |  |                                     |
| c. De recorrido y descanso   | Senderos   | 10                       | Autoridades GuayamaGrande                               | 731,671E 9,908.6N                     |                                     |  |                                     |
|  | Estaciones de sombra y descanso                  | 1                        | Autoridades GuayamaGrande<br>Autoridades Guayama Grande | 731,395.4E 9,908,399.1N               | <input checked="" type="checkbox"/> |  |                                     |
|  | Áreas de Acampar                                 | 1                        |   |                                       |                                     |  |                                     |
|  | Puentes de acceso a senderos                     | 0                        |   |                                       |                                     |  |                                     |
|  | Refugio de alta montaña                          | 0                        |   |                                       |                                     |  |                                     |
|  | Muelle   | 0                        |   |                                       |                                     |  |                                     |
| d. De servicio   | Área de servicio de alimentación                 | 0                        |   |                                       |                                     |  |                                     |
|  | Garitas de guardiana                             | 0                        |   |                                       |                                     |  |                                     |
|  | Baterías sanitarias                              | 0                        |   |                                       |                                     |  |                                     |
|  | Estacionamientos                                 | 1                        | Autoridades GuayamaGrande                               | 731,721.6E 9,908,167N                 |                                     |  | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Observaciones: No existe una planta turística completa.  |  |                          |   |                                       |                                     |  |                                     |
| 6.3 Complementarios (M)  |  | SI                       | NO  | S/I                                   |                                     |  |                                     |
| a. Casa de cambio  | b. Alquiler y venta de equipo especializado      | <input type="checkbox"/> | c. Venta de Artesanías y merchandising                  | <input type="checkbox"/>              |                                     |  |                                     |



|   |   |                                       |   |                |
|---|---|---------------------------------------|---|----------------|
| f. Cajero automático  | e. Taxis                                    | h. Otro                               | <input type="checkbox"/>                  | Especifique:   |
| <b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b>                                |   |                                       |   |                |
|   |   | <b>SI</b>                             | <b>NO</b>                                 | <b>S/I</b>     |
| 7.1 Atractivo (U)   |   | SI                                    | NO  | S/I            |
| a. Conservado   | b. Alterado                                 | c. En proceso de deterioro            |   | d. Deteriorado |
| Observaciones: <b>Las autoridades, están en proceso de mejoramiento del sitio y conservación.</b> |   |                                       |   |                |
| 7.1.1 Factores de deterioro (M)   |   | SI                                    | NO  | S/I            |
| 7.1.1.1 Naturales (M)   |   | 7.1.1.2 Antrópicos (M)                |   |                |
| a. Erosión  | a. <b>Actividades Agrícolas</b>             | b. <b>Actividades Ganaderas</b>       | c. <b>Actividades Forestales</b>          |                |
| b. Humedad  | d. <b>Actividades Extractivas / Minería</b> | e. <b>Actividades Industriales</b>    | f. <b>Negligencia / Abandono</b>          |                |
| c. <b>Desastres Naturales</b>   | g. <b>Huaquearía</b>                        | h. <b>Conflicto de tenencia</b>       | i. <b>Condiciones de uso y exposición</b> |                |
| d. Flora/Fauna  | j. <b>Escaso o nulo mantenimiento</b>       | k. <b>Contaminación del Ambiente</b>  | l. <b>Generación de residuos</b>          |                |
| e. <b>Clima</b>   | m. <b>Expansión urbana</b>                  | n. <b>Conflicto Político / Social</b> | o. <b>Desarrollo Industrial /</b>         |                |
| Otro  |   | Especifique:                          |   |                |
| Observaciones:  |   |                                       |   |                |
| 7.2 Entorno (500 m) (U)   |   | SI                                    | NO  | S/I            |
| a. Conservado   | b. Alterado                                 | c. En proceso de deterioro            |   | d. Deteriorado |
| 7.2.1 Factores de deterioro (M)   |   | SI                                    | NO  | S/I            |
| 7.2.1.1 Naturales (M)   |   | 7.2.1.2 Antrópicos (M)                |   |                |
| a. Erosión  | a. <b>Actividades Agrícolas</b>             | b. <b>Actividades Ganaderas</b>       | c. <b>Actividades Forestales</b>          |                |
| b. Humedad  | d. <b>Actividades Extractivas /</b>         | e. <b>Actividades Industriales</b>    | f. <b>Negligencia / Abandono</b>          |                |
| c. <b>Desastres Naturales</b>   | g. <b>Huaquearía</b>                        | h. <b>Conflicto de tenencia</b>       | i. <b>Condiciones de uso y exposición</b> |                |
| d. Flora/Fauna  | j. <b>Falta de mantenimiento</b>            | k. <b>Contaminación del Ambiente</b>  | l. <b>Generación de residuos</b>          |                |
| e. <b>Clima</b>   | m. <b>Expansión urbana</b>                  | n. <b>Conflicto Político / Social</b> | o. <b>Desarrollo Industrial /</b>         |                |
| Otro  |   | Especifique:                          |   |                |
| 7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea  |   |                                       |   |                |
|   |   | SI                                    | NO  | S/I            |
| a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)   |   | SI                                    |   | NO             |
| Observaciones: <b>El sitio es armónico con el paisaje,</b>  |   |                                       |   |                |
| 7.4. Declaratoria del Atractivo   |   | SI                                    | NO  | S/I            |
| a. Denominación:  | b. Fecha de declaración:                    | c. Alcance:                           |   |                |
| 7.5 Amenazas Naturales (M)  |   | SI                                    | NO  | S/I            |
| 7.5.1 Geológicas (M)  |   | 7.5.2 Meteorológicas (M)              |   |                |
| a. <b>Sismos</b>  |   | a. <b>Huracanes</b>                   |   |                |
| b. <b>Erupciones volcánicas</b>   |   | b. <b>Deslizamientos</b>              |   |                |
| c. <b>Movimientos en masa-deslizamientos</b>  |   | c. <b>Marejadas</b>                   |   |                |

|                      |                 |
|----------------------|-----------------|
| d. Fallas Geológicas | d. Inundaciones |
|----------------------|-----------------|

|  |  |                                      |  |
|--|--|--------------------------------------|--|
| Otro   | Especifique:                           |                                      |  |
| Observaciones:   |  |                                      |  |
| <b>8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>  | <b>SI</b>                              | <b>NO</b>                            | <b>S/I</b>                                     |
| 8.1 Agua (M)   | SI                                     | NO                                   | S/I  |
| a. Potable   | b. Pozo                                | c. Tanquero                          |  |
| d. Entubada  | e. Río, vertiente, acequia o canal     | f. Lluvia                            |  |
| g. Otro  | Especifique:                           |                                      |  |
| Observaciones: <b>Existe agua en las instalaciones cercanas.</b>                                     |  |                                      |  |
| 8.2 Energía Eléctrica (M)  | SI                                     | NO                                   | S/I  |
| a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:   | b. Panel Solar                         | c. Generador de corriente eléctrica  |  |
| d. Otro  | Especifique:                           |                                      |  |
| Observaciones: <b>Existe energía eléctrica en los inmuebles cercanos.</b>                            |  |                                      |  |
| 8.3 Servicio de Alcantarillado (M)   | SI                                     | NO                                   | S/I  |
| a. Red Pública   | b. Pozo Ciego                          | c. Pozo Séptico                      | d. Con descarga directa al mar, río o quebrada |
| e. Letrina   | f. Otro                                | Especifique:                         |  |
| Observaciones: <b>Existe servicio de alcantarillado tipo pozo séptico en los inmuebles cercanos.</b> |  |                                      |  |
| 8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)                                     | SI                                     | NO                                   | S/I  |
| a. Manejo de desechos (SR)   | b. Carro Recolector                    | c. Terreno baldío o quebrada         | d. Quema de basura                             |
| e. Basura arrojada al río, acequia o canal   | f. Basura enterrada                    | g. Otro                              | Especifique:                                   |
| Observaciones: <b>No existe gestión de residuos.</b>   |  |                                      |  |
| 8.5 Salud (más cercano) (M)  | SI                                     | NO                                   | S/I  |
| a. Hospital o Clínica  | b. Puesto / Centro de salud            | c. Dispensario Médico                | d. Personal Capacitado en primeros auxilios y  |
| Observaciones:   |  |                                      |  |
| 8.6 Seguridad (M)  | SI                                     | NO                                   | S/I  |
| a. Privada   | b. Policía Nacional                    | c. Policía Metropolitana / Municipal |  |
| d. Otra  | Especifique:                           |                                      |  |
| Observaciones: <b>No existe seguridad en el sitio.</b>   |  |                                      |  |
| <b>9. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>   | <b>SI</b>                              | <b>NO</b>                            | <b>S/I</b>                                     |
| 9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):             | SI                                     | NO                                   | Especifique:                                   |
| 9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):               | SI                                     | NO                                   | Especifique:                                   |
| 9.3. Nombre del Administrador:   | <b>AUTORIDADES GUAYAMA GRANDE</b>      |                                      |  |
| 9.4. Tipo de Administrador (U)   |  |                                      |  |
| a. Público   | b. Privado                             | c. Comunitario                       | d. Otro  |
| Especifique:   |  |                                      |  |
| 9.5. Contacto  |  |                                      |  |
| a. Nombre: <b>Centro turístico comunitario Quilotoa Ñan</b>  | b. Teléfono/Celular: <b>0968929942</b> |                                      |  |
| c. Correo Electrónico:   | d. Página WEB:                         |                                      |  |

| 10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (u)  |  | SI   | NO   | S/I                                   |
|---|--|--|--|---------------------------------------|
| 10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)   |  | SI   | NO   | S/I                                   |
| 10.1.1 En el Agua (M)   |  | SI <input type="checkbox"/>  | NO <input type="checkbox"/>  | S/I <input type="checkbox"/>          |
| a. Buceo  | b. Kayak de mar / lacustre <input type="checkbox"/>                                |  | c. Kayak de Río <input type="checkbox"/>                                 |                                       |
| d. Kite Surf <input type="checkbox"/>   | e. Rafting <input type="checkbox"/>  |  | f. Snorkel <input type="checkbox"/>                                      |                                       |
| g. Surf <input type="checkbox"/>  | h. Tubing <input type="checkbox"/>   |  | i. Regata <input type="checkbox"/>                                       |                                       |
| j. Paseo en Panga / Bote / Lancha <input type="checkbox"/>                    | k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Inflables Esquí <input type="checkbox"/> |  | l. Banana / <input type="checkbox"/>                                     |                                       |
| m. Pesca Deportiva <input type="checkbox"/>                                   | n. Otro <input type="checkbox"/>   |  | Especifique: <input type="checkbox"/>                                    |                                       |
| 10.1.2 En el Aire (M)   |  | SI <input type="checkbox"/>  | NO <input type="checkbox"/>  | S/I <input type="checkbox"/>          |
| a. Alas Delta   | b. Canopy  | c. Parapente   | d. Otro  | Especifique: <input type="checkbox"/> |
| 10.1.3 En Superficie Terrestre (M)  |  | SI <input type="checkbox"/>  | NO <input type="checkbox"/>  | S/I <input type="checkbox"/>          |
| a. Montañismo <input type="checkbox"/>  | b. Escalada <input type="checkbox"/>   | c. Senderismo <input type="checkbox"/>                             |  |                                       |
| d. Cicloturismo   | e. Canyoning   | f. Exploración de cuevas   |  |                                       |
| g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>                           | h. Cabalgata <input type="checkbox"/>  | i. Caminata <input type="checkbox"/>                               |  |                                       |
| j. Camping <input type="checkbox"/>   | k. Pícnic <input type="checkbox"/>   | l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>           |  |                                       |
| m. Fotografía <input type="checkbox"/>  | n. Otro <input type="checkbox"/>   | Especifique: <input type="checkbox"/>                              |  |                                       |
| 10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (u)  |  | SI <input type="checkbox"/>  | NO <input type="checkbox"/>  | S/I <input type="checkbox"/>          |
| 10.2.1 Tangibles (M)  |  | SI <input type="checkbox"/>  | NO <input type="checkbox"/>  | S/I <input type="checkbox"/>          |
| a. Recorridos Guiados / Autoguiados <input type="checkbox"/>                  | b. Exposiciones Permanentes, Temporales y Temáticas <input type="checkbox"/>       |  | c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., <input type="checkbox"/> |                                       |
| d. Presentaciones o Representaciones en vivo <input type="checkbox"/>         |  |  | Muestras Audiovisuales <input type="checkbox"/>                          |                                       |
| e. <input type="checkbox"/>   |  |  | f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas <input type="checkbox"/>          |                                       |
| g. Fotografía <input type="checkbox"/>  | h. Información del lugar <input type="checkbox"/>                                  |  | i. Visita a Talleres <input type="checkbox"/>                            |                                       |
| j. Otro <input type="checkbox"/>  | Especifique: <input type="checkbox"/>  |  |  |                                       |
| Observaciones: <input type="checkbox"/>                                       |  |  |  |                                       |
| 10.2.2 Intangibles (M)  |  | SI <input type="checkbox"/>  | NO <input type="checkbox"/>  | S/I <input type="checkbox"/>          |
| 10.2.2.1. Origen: <input type="checkbox"/>                                    | a. Ancestral <input type="checkbox"/>  | b. Histórico <input type="checkbox"/>                              | c. Contemporáneo <input type="checkbox"/>                                |                                       |
| 10.2.2.2. Symbolism <input type="checkbox"/>                                  |  | 10.2.2.3. Fecha de celebración: Diciembre <input type="checkbox"/> |  |                                       |
| 10.2.2.4. Periodicidad: <input type="checkbox"/>                              | a. Anual <input type="checkbox"/>  | b. Ocasional <input type="checkbox"/>                              | c. Otro <input type="checkbox"/>   |                                       |
| 10.2.2.5. Portadores: <input type="checkbox"/>                                | a. Individuos <input type="checkbox"/>   | b. Colectivos <input type="checkbox"/>                             | c. Instituciones <input type="checkbox"/>                                |                                       |
| 10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones: <input type="checkbox"/>         | SI <input type="checkbox"/>  | NO <input type="checkbox"/>  |  |                                       |
| 10.2.2.7. Características Específicas distintivas: <input type="checkbox"/>   |  |  |  |                                       |
| 10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento: <input type="checkbox"/> | SI <input type="checkbox"/>  | NO <input type="checkbox"/>  |  |                                       |
| 10.2.2.9. <input type="checkbox"/>  |  |  |  |                                       |
| 10.2.2.10. <input type="checkbox"/>   | Nivel de Organización: <input type="checkbox"/>                                    | a. Bueno <input type="checkbox"/>                                  | b. Regular <input type="checkbox"/>                                      | c. Malo <input type="checkbox"/>      |

| 11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO                   |  |                       |                               |                                |                          |
|--|--|-----------------------|-------------------------------|--------------------------------|--------------------------|
| 1  | SI   | NO                    | S/I                           |                                |                          |
| Observaciones: <input type="checkbox"/>                            |  |                       |                               |                                |                          |
| 11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)                        | SI   | NO                    | S/I                           | <input type="checkbox"/>       | <input type="checkbox"/> |
| a. Página WEB  | URL:   |                       |                               |                                |                          |
| b. Red Social  | Nombre:  |                       |                               |                                |                          |
| c. Revistas Especializadas   | Nombre:  |                       |                               |                                |                          |
| d. Material POP  | Nombre:  |                       |                               |                                |                          |
| e. Oficina de Información Turística                                | Nombre: <b>Centro comunitario turístico Quilotoa Ñan</b> |                       |                               |                                |                          |
| f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)                      | Especifique:   |                       |                               |                                |                          |
| g. Otro  | Especifique:   |                       |                               |                                |                          |
| Observaciones:   |  |                       |                               |                                |                          |
| 11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)                   | SI   | NO                    | S/I                           | <input type="checkbox"/>       | <input type="checkbox"/> |
| a. Nombre del atractivo  | b. Distancia (km)  | c. Tiempo (h/maprox.) | d. Coordenadas Geográficas    |                                |                          |
|  |  |                       | 1. Latitud (grados decimales) | 2. Longitud (grados decimales) |                          |
| <b>Mirador Anca Paona</b>  | <b>5km</b>   | <b>10 min.</b>        | <b>731,889E</b>               | <b>9,909,745.2N</b>            |                          |
| <b>Mirador río Siwi</b>  | <b>6km</b>   | <b>15min.</b>         | <b>731,395.4E</b>             | <b>9,908,399.1N</b>            |                          |
|  |  |                       |                               |                                |                          |
| Observaciones:   |  |                       |                               |                                |                          |
| 12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)                              |  |                       |                               |                                |                          |
| 12.1 Afluencia (M)   | 12.2 Tipo (U)  | 12.3 Frecuencia (U)   |                               |                                |                          |
| a. Local   | a. Turista      b. Excursionista                         | a. Alta               | b. Media                      | c. Baja                        |                          |
| <b>b. Nacional</b>   | <b>a. Turista      b. Excursionista</b>                  | <b>a. Alta</b>        | <b>b. Media</b>               | <b>c. Baja</b>                 |                          |
| <b>c. Extranjera</b>   | <b>a. Turista      b. Excursionista</b>                  | <b>a. Alta</b>        | <b>b. Media</b>               | <b>c. Baja</b>                 |                          |
| Observaciones:   |  |                       |                               |                                |                          |
| 13. RECURSO HUMANO   |  |                       |                               |                                |                          |
| 13.1. Personal especializado en turismo (U):                       | SI   | No                    | Especifique:                  |                                |                          |
| 13.2. Nivel de instrucción (U)                                     |  |                       |                               |                                |                          |
| Primaria   | Secundaria   | Tercer Nivel          | Cuarto Nivel                  | Otro                           | Especifique:             |
|  |  |                       |                               |                                |                          |
| a. Inglés  | b. Alemán  | c. Francés            | d. Italiano                   | e. Chino                       | f. Otro                  |
| Observaciones: <b>No existe personal especializado en turismo.</b> |  |                       |                               |                                |                          |
| 14. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO                                      |  |                       |                               |                                |                          |
|  | SI   | NO                    | S/I                           | <input type="checkbox"/>       | <input type="checkbox"/> |

|   |  |  |
|---|--|--|
| El cañón del río Siwi apareció tras la explosión del Quilotoa, mismo que sirvió como canal de lava y que ahora es parte de los atractivos naturales que podemos encontrar en el cantón Sigchos. |  |  |
| <b>5. ANEXOS</b>  |  |  |
| <b>SI</b>   | <b>NO</b>                              | <b>S/I</b>                             |
| <b>a. Archivo Fotográfico (dos)</b>   |  |  |
|    |  |  |
| Fuente: <b>Diego Sabando</b>  |  |  |
| <b>c. Ubicación gráfica del Atractivo</b>   |  |  |
|    |  |  |
| Fuente: <b>Melissa Vasconez</b>   |  |  |
| <b>FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)</b>  |  |  |
| <b>ELABORADO POR:</b>   | <b>VALIDADO POR:</b>                   | <b>APROBADO POR:</b>                   |
| <b>DIEGO SABANDO / MELISSA VASCONEZ</b>   | <b>ANDREA ANDRADE</b>                  | <b>ANDREA ANDRADE</b>                  |
| <b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI</b>  | <b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI</b> | <b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI</b> |
| <b>ESTUDIANTES</b>  | <b>TUTOR</b>                           | <b>TUTOR</b>                           |
| <b>diego.sabando4869@utc.edu.ec</b>   | <b>andrea.andrade@utc.edu.ec</b>       | <b>andrea.andrade@utc.edu.ec</b>       |
| <b>0987299020</b>   | <b>0984255539</b>                      | <b>0984255539</b>                      |
| <b>Firma</b>  | <b>Firma</b>                           | <b>Firma</b>                           |
| <b>28/12/2022</b>   | <b>28/12/2022</b>                      | <b>28/12/2022</b>                      |

## Apéndice 4 Mirador las Golondrinas

| FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS   |           |        |           |           |  |         |           |           |   |  |     |   |   |   |   |   |  |
|---|-----------|--------|-----------|-----------|--|---------|-----------|-----------|---|--|-----|---|---|---|---|---|--|
| Código del atractivo:   | 0         | 5      | 6         | 0         | 0  | 5       | 0         | 1         | 0 | 8  | 0   | 1 | R | 0 | 0 | 2 |  |
|   | Provincia | Cantón | Parroquia | Categoría | Tipo   | Subtipo | Jerarquía | Atractivo |   |  |     |   |   |   |   |   |  |
| <b>1. DATOS GENERALES</b>   |           |        |           |           |  |         |           |           |   |  |     |   |   |   |   |   |  |
| 1.1 Nombre del Atractivo Turístico  |           |        |           |           |  |         |           |           |   |  |     |   |   |   |   |   |  |
| <b>MIRADOR LAS GOLONDRINAS</b>  |           |        |           |           |  |         |           |           |   |  |     |   |   |   |   |   |  |
| 1.2 Categoría   |           |        |           |           | 1.3 Tipo   |         |           |           |   | 1.4 Subtipo  |     |   |   |   |   |   |  |
| <b>ATRATIVOS NATURALES</b>  |           |        |           |           | <b>FENÓMENOS NATURALES</b>                         |         |           |           |   | <b>ESCARPA DE FALLA</b>                                    |     |   |   |   |   |   |  |
| <b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>   |           |        |           |           |  |         |           |           |   |  |     |   |   |   |   |   |  |
| 2.1 Provincia   |           |        |           |           | 2.2 Cantón   |         |           |           |   | 2.3 Parroquia  |     |   |   |   |   |   |  |
| <b>COTOPAXI</b>   |           |        |           |           | <b>SIGCHOS</b>                                     |         |           |           |   | <b>ZUMBAHUA</b>  |     |   |   |   |   |   |  |
| 2.4 Calle Principal   |           |        |           |           | 2.5 Número   |         |           |           |   | 2.6 Transversal  |     |   |   |   |   |   |  |
| <b>N/A</b>  |           |        |           |           | <b>N/A</b>   |         |           |           |   | <b>N/A</b>   |     |   |   |   |   |   |  |
| 2.7 Barrio, Sector o Comuna   |           |        |           |           | 2.8 Sitio poblado más cercano                      |         |           |           |   |  |     |   |   |   |   |   |  |
| <b>GUAYAMA GRANDE</b>   |           |        |           |           | <b>ZUMBAHUA</b>                                    |         |           |           |   |  |     |   |   |   |   |   |  |
| 2.9 Latitud (grados decimales)  |           |        |           |           | 2.10 Longitud (grados decimales)                   |         |           |           |   | 2.11 Altura (msnm)   |     |   |   |   |   |   |  |
| <b>731,532.3E</b>   |           |        |           |           | <b>9,907,912.4N</b>                                |         |           |           |   | <b>10981M.S.N.M</b>  |     |   |   |   |   |   |  |
| 2.12 Inmerso en Espacio Turístico   |           |        |           |           | SI   |         |           | NO        |   |  | S/I |   |   |   |   |   |  |
| 2.12.1 Nombre del Espacio Turístico: <b>Guayama grande</b>  |           |        |           |           |  |         |           |           |   |  |     |   |   |   |   |   |  |
| Observaciones: <b>Comunidad que presta servicios de turismo</b> <input type="checkbox"/> <b>comunitario.</b> <input type="checkbox"/> |           |        |           |           |  |         |           |           |   |  |     |   |   |   |   |   |  |
| <b>3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS</b>  |           |        |           |           |  |         |           |           |   |  |     |   |   |   |   |   |  |
| 3.1. Clima <b>Seco / Lluvioso</b>   |           |        |           |           | 3.2 Temperatura(°C) <b>8 – 10°</b>                 |         |           |           |   | 3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)                       |     |   |   |   |   |   |  |
| <b>4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>  |           |        |           |           |  |         |           |           |   |  |     |   |   |   |   |   |  |
| 4.1 Tipo de Ingreso (U)   |           |        |           |           | SI   |         |           | NO        |   |  | S/I |   |   |   |   |   |  |
| <input checked="" type="checkbox"/> 4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4 observaciones)   |           |        |           |           | 4.1.2 Restringido (Continuar)                      |         |           |           |   | 4.1.3 Pagado (Continuarsiguiente) <input type="checkbox"/> |     |   |   |   |   |   |  |
| 4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):  |           |        |           |           | a. Desde \$  |         |           |           |   | b. Hasta \$  |     |   |   |   |   |   |  |
|   |           |        |           |           | a. Efectivo  |         |           |           |   | b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>             |     |   |   |   |   |   |  |
| 4.1.3.2 Forma de Pago (M):  |           |        |           |           | c. Tarjeta de Débito                               |         |           |           |   | d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>             |     |   |   |   |   |   |  |
|   |           |        |           |           | e. Transferencia Bancaria                          |         |           |           |   | f. Cheque <input type="checkbox"/>                         |     |   |   |   |   |   |  |
| 4.1.4 Horario:  |           |        |           |           | a. Hora de Ingreso: <b>8:00 am</b>                 |         |           |           |   | b. Hora de Salida: <b>17:00</b>                            |     |   |   |   |   |   |  |
|   |           |        |           |           | <input checked="" type="checkbox"/> Todos los días |         |           |           |   | c. Fines de Semana y Feriados <input type="checkbox"/>     |     |   |   |   |   |   |  |
| 4.1.5 Atención (U):   |           |        |           |           | b. Sólo días hábiles                               |         |           |           |   | d. Otro. Especifique:                                      |     |   |   |   |   |   |  |
| Observaciones: <b>Sitio con libre ingreso, control por parte de las autoridades de la comunidad, horario sugerencia.</b>              |           |        |           |           |  |         |           |           |   |  |     |   |   |   |   |   |  |
| 4.2 Temporalidad (M)  |           |        |           |           | SI   |         |           | NO        |   |  | S/I |   |   |   |   |   |  |
| a. Alta (meses)   |           |        |           |           | Especifique: <b>Agosto - Octubre</b>               |         |           |           |   |  |     |   |   |   |   |   |  |
| b. Baja (meses)   |           |        |           |           | Especifique: <b>Enero - Abril</b>                  |         |           |           |   |  |     |   |   |   |   |   |  |
| Observaciones: <b>Temporadas sugerida, respecto al ingreso de turistas extranjeros</b> <input type="checkbox"/>                       |           |        |           |           |  |         |           |           |   |  |     |   |   |   |   |   |  |
| 4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).   |           |        |           |           | SI   |         |           | NO        |   |  | S/I |   |   |   |   |   |  |



|  |                          |                                  |                          |   |                   |
|--|--------------------------|----------------------------------|--------------------------|---|-------------------|
| a. Rampas  |                          | b. Baterías Sanitarias adecuadas |                          | c. Personal Calificado                            |                   |
| d. Sistema Braille   |                          | e. Otro                          |                          | Especifique:                                      |                   |
| Observaciones: <b>Son sitios en donde se realizan actividades físicas muy fuertes, en medio de cañones y páramos.</b>                                    |                          |                                  |                          |   |                   |
| 5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO   |                          | SI                               | <input type="checkbox"/> | NO  | S/I               |
| 5.1 Acceso (M)   |                          | SI                               | <input type="checkbox"/> | NO  | S/I               |
| 5.1.1 Terrestre (U)  | a. Primer Orden          | Estado (U)                       | Bueno                    | Regular   | Malo              |
|  | b. Segundo Orden         |                                  | Bueno                    | Regular   | Malo              |
|  | c. Tercer Orden          |                                  | Bueno                    | Regular   | Malo              |
| 5.1.2 Acuático (U)   | a. Marítimo              | Describir:                       |                          |   |                   |
|  | b. Lacustre              | Describir:                       |                          |   |                   |
|  | c. Fluvial               | Describir:                       |                          |   |                   |
| 5.1.3 Aéreo  |                          | Describir:                       |                          |   |                   |
| Observaciones: <b>El ingreso a los atractivos se los hace por vías de tercer orden, de preferencia en una camioneta, o auto 4x4, para luego caminar.</b> |                          |                                  |                          |   |                   |
| 5.2 Comunicación (M)   |                          | SI                               | <input type="checkbox"/> | NO  | S/I               |
| 5.2.1 Telefonía (M)  |                          | a. Fija                          | b. Móvil                 |   | c. Satelital      |
| 5.2.2 Conexión a Internet (M)  |                          | a. Línea Telefónica              | b. Cable                 | c. Satélite                                       |                   |
|  |                          | d. Redes inalámbricas            | e. LMDs                  | f. Telefonía Móvil                                |                   |
| 5.2.3 Radio Portátil (U)   |                          | SI                               | <input type="checkbox"/> | NO  | S/I               |
| Observaciones: <b>Solo existe internet en el centro comunitario.</b>   |                          |                                  |                          |   |                   |
| 5.3 Señalización (M)   |                          | SI                               | <input type="checkbox"/> | NO  | S/I               |
| a. Señalización de aproximación al sitio   |                          | Estado (U)                       | Bueno                    | Regular   | Malo              |
| b. Señalética en el sitio  |                          |                                  | Bueno                    | Regular   | Malo              |
| Observaciones: <b>No existe ningún tipo de señalética.</b>   |                          |                                  |                          |   |                   |
| 5.4. Poblado Urbano Cercano más importante   |                          | SI                               | <input type="checkbox"/> | NO  | S/I               |
| 5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: <b>Zumbahua</b>  |                          |                                  |                          |   |                   |
| a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:  |                          | Km                               | <input type="checkbox"/> | b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano: | horas/<br>minutos |
| Observaciones:   |                          |                                  |                          |   |                   |
| 5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)   |                          | SI                               | <input type="checkbox"/> | NO  | S/I               |
| 5.5.1 Tipo   | 5.5.2 Frecuencia         |                                  |                          |   |                   |
|  | a. Diaria                | b. Semanal                       | c. Mensual               | d. Eventual                                       |                   |
| a. Bus   |                          |                                  |                          |   |                   |
| b. Busetas   | <input type="checkbox"/> |                                  |                          |   |                   |
| c. Automóvil   | <input type="checkbox"/> |                                  |                          |   |                   |
| d. 4x4   |                          |                                  |                          |   |                   |
| e. Tren  |                          |                                  |                          |   |                   |
| f. Barco   |                          |                                  |                          |   |                   |
| g. Lancha / Canoa/ Bote  |                          |                                  |                          |   |                   |
| h. Avión   |                          |                                  |                          |   |                   |
| i. Avioneta  |                          |                                  |                          |   |                   |

|  |  |                          |   |                                       |  |
|--|--|--------------------------|---|---------------------------------------|--|
| j. Helicóptero   | <input type="checkbox"/>                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>                                | <input type="checkbox"/>              |  |
| k. Otro  | Especifique:                                     |                          |   |                                       |  |
| Observaciones: No ex   |  |                          |   |                                       |  |
| 6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS  |  | SI                       | NO  | S/I                                   |  |
| 6.1 Planta Turística (M)   |  | SI                       | NO  | S/I                                   |  |
| a. Alojamiento   | Establecimiento registrados:                     | 3                        | Habitaciones: 3   | Plazas: 10                            |  |
| b. Alimentos y Bebidas   | Establecimiento registrados:                     |                          | Mesas:  | Plazas:                               |  |
| c. Agencias de viaje/Operadoras  | Establecimiento sRegistrados:                    |                          |   |                                       |  |
| d. Intermediación  | Especifique:                                     |                          |   |                                       |  |
| e. Transporte o movilización interno   | Especifique: Bus Reyna de Sigchos                |                          |   |                                       |  |
| f. Guianza   | Especifique:                                     |                          |   |                                       |  |
| g. Otros   | Especifique:                                     |                          |   |                                       |  |
| Observaciones: Los alojamientos no se encuentran registrados por el MINTUR como tal, pero prestar el servicio de alojamiento a turistas extranjeros. |  |                          |   |                                       |  |
| 6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)   |  | SI                       | NO  | S/I                                   |  |
| 6.2.1 Categoría  | 6.2.2. Tipo (M)                                  | 6.2.3 Cant.              | 6.2.4 Administrador                                     | 6.2.5 Coordenadas<br>a. Lat. b. Long. |  |
|  |  |                          |   | 6.2.6 Estado (U)<br>B R M             |  |
| a. De apoyo a la gestión turística   | Punto de Información abierto                     | 1                        | Autoridades GuayamaGrande                               | 731,721.6E 9,908,167N                 |  |
|  | Punto de información cerrado                     | 0                        |   |                                       |  |
|  | I-Tur  | 0                        |   |                                       |  |
|  | Centro de interpretación                         | 0                        |   |                                       |  |
|  | Centro de facilitación turística                 | 0                        |   |                                       |  |
|  | Centro de recepción - equipamiento de visitantes | 0                        |   |                                       |  |
| b. De observación y vigilancia   | Miradores  | 2                        | Autoridades GuayamaGrande                               | 731,889E 9,909,745.2N                 |  |
|  | Torres de avistamiento de aves                   | 0                        |   |                                       |  |
|  | Torres de observación de salvavidas              | 0                        |   |                                       |  |
| c. De recorrido y descanso   | Senderos   | 10                       | Autoridades GuayamaGrande                               | 731,671E 9,908.6N                     |  |
|  | Estaciones de sombra y descanso                  | 1                        | Autoridades GuayamaGrande<br>Autoridades Guayama Grande | 731,395.4E 9,908,399.1N               |  |
|  | Áreas de Acampar                                 | 1                        |   |                                       |  |
|  | Puentes de acceso a senderos                     | 0                        |   |                                       |  |
|  | Refugio de alta montaña                          | 0                        |   |                                       |  |
|  | Muelle   | 0                        |   |                                       |  |
| d. De servicio   | Área de servicio de alimentación                 | 0                        |   |                                       |  |
|  | Garitas de guardiana                             | 0                        |   |                                       |  |
|  | Baterías sanitarias                              | 0                        |   |                                       |  |
|  | Estacionamientos                                 | 1                        | Autoridades GuayamaGrande                               | 731,721.6E 9,908,167N                 |  |
| Observaciones: No existe una planta turística completa.  |  |                          |   |                                       |  |
| 6.3 Complementarios (M)  |  | SI                       | NO  | S/I                                   |  |
| a. Casa de cambio  | b. Alquiler y venta de equipo especializado      | <input type="checkbox"/> | c. Venta de Artesanías y merchandising                  | <input type="checkbox"/>              |  |

|                      |          |         |                          |              |
|----------------------|----------|---------|--------------------------|--------------|
| f. Cajero automático | e. Taxis | h. Otro | <input type="checkbox"/> | Especifique: |
|----------------------|----------|---------|--------------------------|--------------|

|   |   |                                       |   |
|---|---|---------------------------------------|---|
| Observaciones:  |   |                                       |   |
| <b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b>                                |   |                                       |   |
|   |   | <b>SI</b>                             | <b>NO</b>                                 |
|   |   |                                       | <b>S/I</b>                                |
| 7.1 Atractivo (U)   |   | SI                                    | NO  |
|   |   |                                       | S/I                                       |
| <b>a. Conservado</b>  |   | <b>b. Alterado</b>                    | <b>c. En proceso de deterioro</b>         |
| <b>d. Deteriorado</b>   |   |                                       |   |
| Observaciones: <b>Las autoridades, están en proceso de mejoramiento del sitio y conservación.</b> |   |                                       |   |
| 7.1.1 Factores de deterioro (M)   |   | SI                                    | NO  |
|   |   |                                       | S/I                                       |
| 7.1.1.1 Naturales (M)   |   | 7.1.1.2 Antrópicos (M)                |   |
| <b>a. Erosión</b>   | <b>a. ActividadessAgrícolas</b>             | <b>b. ActividadessGanaderas</b>       | <b>c. ActividadessForestales</b>          |
| <b>b. Humedad</b>   | <b>d. Actividades Extractivas / Minería</b> | <b>e. Actividades Industriales</b>    | <b>f. Negligencia / Abandono</b>          |
| <b>c. Desastres Naturales</b>   | <b>g. Huaquearía</b>                        | <b>h. Conflicto de tenencia</b>       | <b>i. Condiciones de uso y exposición</b> |
| <b>d. Flora/Fauna</b>   | <b>j. Escaso o nulo mantenimiento</b>       | <b>k. Contaminación del Ambiente</b>  | <b>l. Generación de residuos</b>          |
| <b>e. Clima</b>   | <b>m. Expansió nurbana</b>                  | <b>n. Conflicto Político / Social</b> | <b>o. Desarroll oIndustrial /</b>         |
| Otro  | Especifique:                                |                                       |   |
| Observaciones:  |   |                                       |   |
| 7.2 Entorno (500 m) (U)   |   | SI                                    | NO  |
|   |   |                                       | S/I                                       |
| <b>a. Conservado</b>  |   | <b>b. Alterado</b>                    | <b>c. En proceso de deterioro</b>         |
| <b>d. Deteriorado</b>   |   |                                       |   |
| Observaciones:  |   |                                       |   |
| 7.2.1 Factores de deterioro (M)   |   | SI                                    | NO  |
|   |   |                                       | S/I                                       |
| 7.2.1.1 Naturales (M)   |   | 7.2.1.2 Antrópicos (M)                |   |
| <b>a. Erosión</b>   | <b>a. Actividades Agrícolas</b>             | <b>b. Actividades Ganaderas</b>       | <b>c. Actividades Forestales</b>          |
| <b>b. Humedad</b>   | <b>d. ActividadessExtractivas /</b>         | <b>e. ActividadessIndustriales</b>    | <b>f. Negligencia / Abandono</b>          |
| <b>c. Desastres Naturales</b>   | <b>g. Huaquearía</b>                        | <b>h. Conflicto de tenencia</b>       | <b>i. Condiciones de uso y exposición</b> |
| <b>d. Flora/Fauna</b>   | <b>j. Falta de mantenimiento</b>            | <b>k. Contaminación del Ambiente</b>  | <b>l. Generación de residuos</b>          |
| <b>e. Clima</b>   | <b>m. Expansió nurbana</b>                  | <b>n. Conflicto Político / Social</b> | <b>o. Desarroll oIndustrial /</b>         |
| Otro  | Especifique:                                |                                       |   |
| 7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea  |   |                                       |   |
|   |   | SI                                    | NO  |
|   |   |                                       | S/I                                       |
| a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)   |   | SI                                    | NO  |
| Observaciones: <b>El sitio es armónico con el paisaje,</b>  |   |                                       |   |
| 7.4. Declaratoria del Atractivo   |   | SI                                    | NO  |
|   |   |                                       | S/I                                       |
| a. Denominación:  |   | <b>b. Fecha de declaración:</b>       | <b>c. Alcance:</b>                        |
| 7.5 Amenazas Naturales (M)  |   |                                       |   |
|   |   | SI                                    | NO  |
|   |   |                                       | S/I                                       |
| 7.5.1 Geológicas (M)  |   | 7.5.2 Meteorológicas (M)              |   |
| <b>a. Sismos</b>  |   | <b>a. Huracanes</b>                   |   |
| <b>b. Erupciones volcánicas</b>   |   | <b>b. Deslizamientos</b>              |   |
| <b>c. Movimientos en masa-deslizamientos</b>  |   | <b>c. Marejadas</b>                   |   |

|                      |                 |
|----------------------|-----------------|
| d. Fallas Geológicas | d. Inundaciones |
|----------------------|-----------------|

|  |  |                                      |  |
|--|--|--------------------------------------|--|
| Otro   | Especifique:                           |                                      |  |
| Observaciones:   |  |                                      |  |
| <b>8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>  | <b>SI</b>                              | <b>NO</b>                            | <b>S/I</b>                                     |
| <b>8.1 Agua (M)</b>  | <b>SI</b>                              | <b>NO</b>                            | <b>S/I</b>                                     |
| a. Potable   | b. Pozo                                | c. Tanquero                          |  |
| d. Entubada  | e. Río, vertiente, acequia o canal     | f. Lluvia                            |  |
| g. Otro  | Especifique:                           |                                      |  |
| Observaciones: <b>Existe agua en las instalaciones cercanas.</b>                                     |  |                                      |  |
| <b>8.2 Energía Eléctrica (M)</b>   | <b>SI</b>                              | <b>NO</b>                            | <b>S/I</b>                                     |
| a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:   | b. Panel Solar                         | c. Generador de corriente eléctrica  |  |
| d. Otro  | Especifique:                           |                                      |  |
| Observaciones: <b>Existe energía eléctrica en los inmuebles cercanos.</b>                            |  |                                      |  |
| <b>8.3 Servicio de Alcantarillado (M)</b>  | <b>SI</b>                              | <b>NO</b>                            | <b>S/I</b>                                     |
| a. Red Pública   | b. Pozo Ciego                          | c. Pozo Séptico                      | d. Con descarga directa al mar, río o quebrada |
| e. Letrina   | f. Otro                                | Especifique:                         |  |
| Observaciones: <b>Existe servicio de alcantarillado tipo pozo séptico en los inmuebles cercanos.</b> |  |                                      |  |
| <b>8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)</b>                              | <b>SI</b>                              | <b>NO</b>                            | <b>S/I</b>                                     |
| a. Manejo de desechos (SR)   | b. Carro Recolector                    | c. Terreno baldío o quebrada         | d. Quema de basura                             |
| e. Basura arrojada al río, acequia o canal   | f. Basura enterrada                    | g. Otro                              | Especifique:                                   |
| Observaciones: <b>No existe gestión de residuos.</b>   |  |                                      |  |
| <b>8.5 Salud (más cercano) (M)</b>   | <b>SI</b>                              | <b>NO</b>                            | <b>S/I</b>                                     |
| a. Hospital o Clínica  | b. Puesto / Centro de salud            | c. Dispensario Médico                | d. Personal Capacitado en primeros auxilios y  |
| Observaciones:   |  |                                      |  |
| <b>8.6 Seguridad (M)</b>   | <b>SI</b>                              | <b>NO</b>                            | <b>S/I</b>                                     |
| a. Privada   | b. Policía Nacional                    | c. Policía Metropolitana / Municipal |  |
| d. Otra  | Especifique:                           |                                      |  |
| Observaciones: <b>No existe seguridad en el sitio.</b>   |  |                                      |  |
| <b>9. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>   | <b>SI</b>                              | <b>NO</b>                            | <b>S/I</b>                                     |
| 9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):             | SI                                     | NO                                   | Especifique:                                   |
| 9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):               | SI                                     | NO                                   | Especifique:                                   |
| 9.3. Nombre del Administrador:   | <b>AUTORIDADES GUAYAMA GRANDE</b>      |                                      |  |
| 9.4. Tipo de Administrador (U)   |  |                                      |  |
| a. Público   | b. Privado                             | c. Comunitario                       | d. Otro  |
| Especifique:   |  |                                      |  |
| 9.5. Contacto  |  |                                      |  |
| a. Nombre: <b>Centro turístico comunitario Quilotoa Ñan</b>  | b. Teléfono/Celular: <b>0968929942</b> |                                      |  |
| c. Correo Electrónico:   | d. Página WEB:                         |                                      |  |

| 10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (u)                                  |  | SI  | NO                       | S/I  |
|---|--|---|--------------------------|--|
| <b>10.3 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b>                                  |  | SI  | NO                       | S/I  |
| 10.3.1 En el Agua (M)   |  | SI  | NO                       | S/I  |
| a. Buceo  | b. Kayak de mar / lacustre   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | c. Kayak de Río <input type="checkbox"/>                                 |
| d. Kite Surf <input type="checkbox"/>                                 | e. Rafting <input type="checkbox"/>                                      | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | f. Snorkel <input type="checkbox"/>                                      |
| g. Surf <input type="checkbox"/>                                      | h. Tubing <input type="checkbox"/>                                       | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | i. Regata <input type="checkbox"/>                                       |
| n. Paseo en Panga / Bote / Lancha <input type="checkbox"/>            | o. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | p. Banana / Inflables <input type="checkbox"/>                           |
| q. Pesca Deportiva  | n. Otro  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | Especifique: <input type="checkbox"/>                                    |
| Observaciones: <input type="checkbox"/>                               |  |   |                          |  |
| 10.3.2 En el Aire (M)   |  | SI  | NO                       | S/I  |
| a. Alas Delta <input type="checkbox"/>                                | b. Canopy <input type="checkbox"/>                                       | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | c. Parapente <input type="checkbox"/>                                    |
| Observaciones: <input type="checkbox"/>                               |  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | d Otro <input type="checkbox"/>  |
| 10.3.3 En Superficie Terrestre (M)                                    |  | SI  | NO                       | S/I  |
| a. Montañismo <input type="checkbox"/>                                | b. Escalada <input type="checkbox"/>                                     | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | c. Senderismo <input type="checkbox"/>                                   |
| d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>                              | e. Canyoning <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>                        |
| g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>                   | h. Cabalgata <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | i. Caminata <input type="checkbox"/>                                     |
| j. Camping <input type="checkbox"/>                                   | k. Pícnic <input type="checkbox"/>                                       | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>                 |
| m. Fotografía <input type="checkbox"/>                                | n. Otro  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | Especifique: <input type="checkbox"/>                                    |
| <b>10.4 ATRACTIVOS CULTURALES (u)</b>                                 |  | SI  | NO                       | S/I  |
| <b>10.4.1 Tangibles (M)</b>   |  | SI  | NO                       | S/I  |
| f. Recorridos Guiados / Autoguiados                                   |  | Exposiciones Permanentes, Temporales y Temáticas <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | h. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., <input type="checkbox"/> |
| i. Presentaciones o Representaciones en vivo <input type="checkbox"/> | g. Fotografía <input type="checkbox"/>                                   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | h. Información del lugar <input type="checkbox"/>                        |
| j. Otro <input type="checkbox"/>                                      |  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | Especifique: <input type="checkbox"/>                                    |
| <b>10.4.2 Intangibles (M)</b>   |  | SI  | NO                       | S/I  |
| 10.4.2.1. Origen:   | a. Ancestral <input type="checkbox"/>                                    | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | b. Histórico <input type="checkbox"/>                                    |
| 10.4.2.2. Symbolism <input type="checkbox"/>                          |  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | c. Contemporáneo <input type="checkbox"/>                                |
| 10.2.2.3. Fecha de celebración: Diciembre                             |  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   |
| 10.2.2.11. Periodicidad:  | a. Anual <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | b. Ocasional <input type="checkbox"/>                                    |
| 10.2.2.12. Portadores:  | a. Individuos <input type="checkbox"/>                                   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | b. Colectivos <input type="checkbox"/>                                   |
| 10.2.2.13. Mantiene Costumbres y tradiciones:                         | SI <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/>  |
| 10.2.2.14. Características Específicas distintivas:                   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>   |
| 10.2.2.15. Existe Información al respecto del Evento:                 | SI <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/>  |
| 10.2.2.16. Nivel de Organización:                                     | a. Bueno <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | b. Regular <input type="checkbox"/>                                      |
| 10.2.2.17. Nivel de Organización:                                     |  | a. Bueno <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> | b. Regular <input type="checkbox"/>                                      |
|   |  | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/> | c. Malo <input type="checkbox"/>   |

## Observaciones

|   |           |                          |           |                          |            |                          |
|---|-----------|--------------------------|-----------|--------------------------|------------|--------------------------|
| <b>12. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO</b> | <b>SI</b> | <input type="checkbox"/> | <b>NO</b> | <input type="checkbox"/> | <b>S/I</b> | <input type="checkbox"/> |
|---|-----------|--------------------------|-----------|--------------------------|------------|--------------------------|

|  |  |                         |                               |                                |                          |            |                          |
|--|--|-------------------------|-------------------------------|--------------------------------|--------------------------|------------|--------------------------|
| <b>1</b>   |  |                         |                               |                                |                          |            |                          |
| Observaciones:   |  |                         |                               |                                |                          |            |                          |
| <b>11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)</b>                 |  |                         |                               |                                |                          |            |                          |
|  |  | <b>SI</b>               | <input type="checkbox"/>      | <b>NO</b>                      | <input type="checkbox"/> | <b>S/I</b> | <input type="checkbox"/> |
| a. Página WEB  | URL:   |                         |                               |                                |                          |            |                          |
| b. Red Social  | Nombre:  |                         |                               |                                |                          |            |                          |
| c. Revistas Especializadas   | Nombre:  |                         |                               |                                |                          |            |                          |
| d. Material POP  | Nombre:  |                         |                               |                                |                          |            |                          |
| e. Oficina de Información Turística                                | Nombre: <b>Centro comunitario turístico Quilotoa Ñan</b> |                         |                               |                                |                          |            |                          |
| f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)                      | Especifique:   |                         |                               |                                |                          |            |                          |
| g. Otro  | Especifique:   |                         |                               |                                |                          |            |                          |
| Observaciones:   |  |                         |                               |                                |                          |            |                          |
| <b>11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo4)</b>             |  |                         |                               |                                |                          |            |                          |
|  |  | <b>SI</b>               | <input type="checkbox"/>      | <b>NO</b>                      | <input type="checkbox"/> | <b>S/I</b> | <input type="checkbox"/> |
| a. Nombre del atractivo  | b. Distancia (km)  | c. Tiempo (h/maprox.)   | d. Coordenadas Geográficas    |                                |                          |            |                          |
|  |  |                         | 1. Latitud (grados decimales) | 2. Longitud (grados decimales) |                          |            |                          |
| <b>Mirador Anca Paona</b>  | <b>5km</b>   | <b>10 min.</b>          | <b>731,889E</b>               | <b>9,909,745.2N</b>            |                          |            |                          |
| <b>Truchas</b>   | <b>8km</b>   | <b>20min.</b>           | <b>731,596.4E</b>             | <b>9,908,827.1N</b>            |                          |            |                          |
|  |  |                         |                               |                                |                          |            |                          |
|  |  |                         |                               |                                |                          |            |                          |
| <b>12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)</b>                       |  |                         |                               |                                |                          |            |                          |
|  |  | <b>SI</b>               | <input type="checkbox"/>      | <b>NO</b>                      | <input type="checkbox"/> | <b>S/I</b> | <input type="checkbox"/> |
| 12.1 Afluencia (M)   | 12.2 Tipo (U)  |                         | 12.3 Frecuencia (U)           |                                |                          |            |                          |
| a. Local   | a. Turista   | b. Excursionista        | a. Alta                       | b. Media                       | c. Baja                  |            |                          |
| <b>b. Nacional</b>   | <b>a. Turista</b>  | <b>b. Excursionista</b> | <b>a. Alta</b>                | <b>b. Media</b>                | <b>c. Baja</b>           |            |                          |
| <b>c. Extranjera</b>   | <b>a. Turista</b>  | <b>b. Excursionista</b> | <b>a. Alta</b>                | <b>b. Media</b>                | <b>c. Baja</b>           |            |                          |
| Observaciones:   |  |                         |                               |                                |                          |            |                          |
| <b>13. RECURSO HUMANO</b>  |  |                         |                               |                                |                          |            |                          |
|  |  | <b>SI</b>               | <input type="checkbox"/>      | <b>NO</b>                      | <input type="checkbox"/> | <b>S/I</b> | <input type="checkbox"/> |
| 13.1. Personal especializado en turismo (U):                       |  | <b>SI</b>               | <input type="checkbox"/>      | <b>No</b>                      | Especifique:             |            | <input type="checkbox"/> |
| 13.2. Nivel de instrucción (U)                                     |  |                         |                               |                                |                          |            |                          |
| Primaria   | Secundaria   | Tercer Nivel            | Cuarto Nivel                  | Otro                           | Especifique:             |            |                          |
|  |  |                         |                               |                                |                          |            |                          |
| a. Inglés  | b. Alemán  | c. Francés              | d. Italiano                   | e. Chino                       | f. Otro                  |            |                          |
| Observaciones: <b>No existe personal especializado en turismo.</b> |  |                         |                               |                                |                          |            |                          |
| <b>14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO</b>                               |  |                         |                               |                                |                          |            |                          |
|  |  | <b>SI</b>               | <input type="checkbox"/>      | <b>NO</b>                      | <input type="checkbox"/> | <b>S/I</b> | <input type="checkbox"/> |

El mirador las Golondrinas denominado por la comunidad por la gran cantidad de golondrinas, especie que tiene su hábitat en este lugar y da como resultado un nuevo atractivo del cantón.

|                  |           |           |            |
|------------------|-----------|-----------|------------|
| <b>5. ANEXOS</b> | <b>SI</b> | <b>NO</b> | <b>S/I</b> |
|------------------|-----------|-----------|------------|

**a. Archivo Fotográfico (dos)**



Fuente: **Diego Sabando**

**c. Ubicación gráfica del Atractivo**



Fuente: **Melissa Vasquez**

**FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)**

| ELABORADO POR:                          | VALIDADO POR:                          | APROBADO POR:                          |
|---|--|--|
| <b>DIEGO SABANDO / MELISSA VASCONEZ</b> | <b>ANDREA ANDRADE</b>                  | <b>ANDREA ANDRADE</b>                  |
| <b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI</b>  | <b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI</b> | <b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI</b> |

| ESTUDIANTES                         | TUTOR                            | TUTOR                            |
|-------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| <b>Diego.sabando4869@utc.edu.ec</b> | <b>andrea.andrade@utc.edu.ec</b> | <b>andrea.andrade@utc.edu.ec</b> |
| <b>098729020</b>                    | <b>0984255539</b>                | <b>0984255539</b>                |
| <b>Firma</b>                        | <b>Firma</b>                     | <b>Firma</b>                     |
| <b>28/12/2022</b>                   | <b>28/12/2022</b>                | <b>28/12/2022</b>                |

### Apéndice 5 Resumen de los atractivos validados

| #  | NOMBRE DEL ATRACTIVO                   | PARROQUIA           | CATEGORÍA                  | TIPO  | SUBTIPO                           |
|----|--|---------------------|----------------------------|---|-----------------------------------|
| 1  | Agua mineral de la Hacienda La Estela  | Isinliví            | Sitios Naturales           | Aguas subterráneas                                  | Aguas minerales                   |
| 2  | Aguas termales de Kunuk yaku           | Isinliví            | Sitios Naturales           | Aguas subterráneas                                  | Aguas termales                    |
| 3  | Aguas termales de Licamancha           | La Matriz - Sigchos | Sitios naturales           | Aguas subterráneas                                  | Aguas termales                    |
| 4  | Aguas Termales de Yana Yaku            | Chugchilán          | Sitios Naturales           | Aguas subterráneas                                  | Aguas termales                    |
| 5  | Asociación de Mujeres Unión y Progreso | Chugchilán          | Manifestaciones culturales | Realizaciones Técnicas y Científicas Contemporáneas | Explotaciones industriales        |
| 6  | Bosque de Arrayanes                    | La Matriz - Sigchos | Sitios Naturales           | Bosque  | Bosque nublado                    |
| 7  | Bosque de Unabana                      | Isinliví            | Sitios Naturales           | Bosque  | Bosque nublado                    |
| 8  | Bosque Húmedo Toachi - Pilatón         | Palo Quemado        | Sitios Naturales           | Bosque  | Bosque Húmedo Tropical Occidental |
| 9  | Bosque nublado de Moreta               | Chugchilán          | Sitios Naturales           | Bosque  | Bosque nublado                    |
| 10 | Bosque nublado de Zurupamba            | Chugchilán          | Sitios Naturales           | Bosque  | Bosque nublado                    |
| 11 | Bosque Protector Zarapullo             | La Matriz - Sigchos | Sitios naturales           | Sistema de áreas protegidas                         | Bosque protector                  |
| 12 | Camino del inca                        | La Matriz - Sigchos | Manifestaciones culturales | Históricas  | Sitios arqueológicos              |
| 13 | Cañón del Zuruchupatingo - Piñalí      | Isinliví            | Sitios Naturales           | Montañas  | Desfiladero                       |
| 14 | Cascada "Las Golondrinas"              | Chugchilán          | Sitios Naturales           | Ríos  | Cascadas                          |
| 15 | Cascada de Chakana                     | Isinliví            | Sitios Naturales           | Ríos  | Cascadas                          |
| 16 | Cascada de Cristal                     | Palo Quemado        | Sitios naturales           | Ríos  | Cascadas                          |
| 17 | Cascada y Bosque Protector de Cutzualo | La Matriz - Sigchos | Sitios Naturales           | Ríos  | Cascadas                          |
| 18 | Cascada de Santa Rosa                  | Palo Quemado        | Sitios Naturales           | Ríos  | Cascadas                          |
| 19 | Cascada de Cuncguiza                   | La Matriz - Sigchos | Sitios naturales           | Ríos  | Cascadas                          |
| 20 | Cascada El Triunfo                     | Las Pampas          | Sitios Naturales           | Ríos  | Cascadas                          |
| 21 | Cascada Frailejón                      | La Matriz - Sigchos | Sitios naturales           | Ríos  | Cascadas                          |
| 22 | Cascadas de Lomapí                     | Chugchilán          | Sitios Naturales           | Ríos  | Cascadas                          |
| 23 | Centro artístico "Don Bosco"           | Isinliví            | Manifestaciones culturales | Realizaciones Técnicas y Científicas Contemporáneas | Explotaciones industriales        |



|    |   |                     |                            |   |                            |
|----|---|---------------------|----------------------------|---|----------------------------|
| 24 | Centro artístico “Don Bosco”                | Chugchilán          | Manifestaciones culturales | Realizaciones Técnicas y Científicas Contemporáneas | Explotaciones industriales |
| 25 | Cerro Tilinte                               | Isinliví            | Sitios Naturales           | Montañas  | Colina                     |
| 26 | Cerro Yana Rumi                             | Isinliví            | Sitios Naturales           | Montañas  | Montaña                    |
| 27 | Churo de Amanta                             | Chugchilán          | Manifestaciones culturales | Históricas  | Sitios arqueológicos       |
| 28 | Churo de San Gabriel                        | La Matriz - Sigchos | Manifestaciones culturales | Históricas  | Sitios arqueológicos       |
| 29 | Columnas de Tangán                          | La Matriz - Sigchos | Sitios Naturales           | Fenómeno geológico                                  | Columnas basálticas        |
| 30 | Complejo “Los Laureles”                     | La Matriz - Sigchos | Manifestaciones Culturales | Realizaciones Técnicas y Científicas Contemporáneas | Obras técnicas             |
| 31 | Complejo Santa Elena                        | Palo Quemado        | Manifestaciones culturales | Realizaciones Técnicas y Científicas Contemporáneas | Obras técnicas             |
| 32 | El Bombolín                                 | La Matriz - Sigchos | Manifestaciones culturales | Históricas  | Sitios arqueológicos       |
| 33 | Fábrica artesanal de vino de mortiño        | La Matriz - Sigchos | Manifestaciones culturales | Realizaciones Técnicas y Científicas Contemporáneas | Explotaciones industriales |
| 34 | Fábrica de panela “Asociación Flor de Caña” | Palo Quemado        | Manifestaciones culturales | Realizaciones Técnicas y Científicas Contemporáneas | Explotaciones industriales |
| 35 | Feria dominical del cantón Sigchos          | La Matriz - Sigchos | Manifestaciones culturales | Etnográficas  | Ferias y mercados          |
| 36 | Hacienda Pilapuchín                         | Chugchilán          | Manifestaciones culturales | Históricas  | Arquitectura               |
| 37 | Horno de leña                               | Isinliví            | Manifestaciones culturales | Etnográficas  | Comidas y bebidas típicas  |
| 38 | Iglesia de Palo Quemado “María Crucifixa”   | Palo Quemado        | Manifestaciones culturales | Históricas  | Arquitectura religiosa     |
| 39 | Iglesia de San Miguel de Chugchilán         | Chugchilán          | Manifestaciones culturales | Históricas  | Arquitectura religiosa     |
| 40 | Iglesia de Yaló                             | La Matriz - Sigchos | Manifestaciones culturales | Históricas  | Arquitectura religiosa     |
| 41 | Iglesia matriz “San Miguel de Sigchos”      | La Matriz - Sigchos | Manifestaciones culturales | Históricas  | Arquitectura religiosa     |
| 42 | Laguna de las Totoras                       | Isinliví            | Sitios Naturales           | Ambientes lacustres                                 | Lagunas                    |
| 43 | Laguna de Quilotoa                          | Chugchilán          | Sitios Naturales           | Montañas  | Volcán                     |
| 44 | Laguna Tiliche                              | Isinliví            | Sitios Naturales           | Ambientes lacustres                                 | Lagunas                    |
| 45 | Laguna Tilinte                              | Isinliví            | Sitios Naturales           | Ambientes lacustres                                 | Lagunas                    |
| 46 | Laguna Triunfo Grande                       | La Matriz - Sigchos | Sitios Naturales           | Ambientes lacustres                                 | Lagunas                    |

|    |                                |                     |                            |   |                             |
|----|--------------------------------|---------------------|----------------------------|---|-----------------------------|
| 47 | Minas de oro y plata           | Palo Quemado        | Manifestaciones culturales | Realizaciones Técnicas y Científicas Contemporáneas | Explotaciones mineras       |
| 48 | Mirador “El Calvario”          | Isinliví            | Sitios Naturales           | Montañas  | Colina                      |
| 49 | Mirador “El Ñaguira”           | Isinliví            | Sitios Naturales           | Montañas  | Colina                      |
| 50 | Mirador de Cochapata           | Chugchilán          | Sitios Naturales           | Montañas  | Colina                      |
| 51 | Mirador del Ángel              | La Matriz - Sigchos | Sitios Naturales           | Montañas  | Colina                      |
| 52 | Mirador del cañón del Toachi   | Chugchilán          | Sitios Naturales           | Montañas  | Colina                      |
| 53 | Mirador Toachi                 | La Matriz - Sigchos | Sitios Naturales           | Montañas  | Colina                      |
| 54 | Mirador Toachi – Pilatón       | Palo Quemado        | Sitios naturales           | Montañas  | Colina                      |
| 55 | Molino de piedra de Alán       | Chugchilán          | Manifestaciones culturales | Históricas  | Arquitectura                |
| 56 | Molinos de Azache              | La Matriz - Sigchos | Manifestaciones culturales | Realizaciones Técnicas y Científicas Contemporáneas | Explotaciones industriales  |
| 57 | Nevado Iliniza Norte           | La Matriz - Sigchos | Sitios naturales           | Montañas  | Alta montaña                |
| 58 | Piedra de Guingopana           | Isinliví            | Sitios Naturales           | Montañas  | Colina                      |
| 59 | Pucará – Yaló                  | La Matriz - Sigchos | Sitios Naturales           | Montañas  | Colina                      |
| 60 | Quesería Quilotoa              | Chugchilán          | Manifestaciones culturales | Realizaciones Técnicas y Científicas Contemporáneas | Explotaciones industriales  |
| 61 | Reserva ecológica Apacsigua    | Chugchilán          | Sitios naturales           | Sistema de áreas protegidas                         | Reserva ecológica           |
| 62 | Reserva ecológica los Ilinizas | La Matriz - Sigchos | Sitios naturales           | Sistema de áreas protegidas                         | Reserva ecológica           |
| 63 | Río Toachi                     | Las Pampas          | Sitios Naturales           | Ríos  | Rápidos                     |
| 64 | Rocas de Topalibí              | La Matriz - Sigchos | Sitios Naturales           | Fenómeno geológico                                  | Conjunto de rocas           |
| 65 | Túnel de Katavá                | La Matriz - Sigchos | Sitios Naturales           | Fenómenos espeleológicos                            | Cuevas o cavernas           |
| 66 | Vivero de plantas ornamentales | Palo Quemado        | Manifestaciones culturales | Realizaciones Técnicas y Científicas Contemporáneas | Explotaciones agropecuarias |
| 67 | Cascada de Licamancha          | La Matriz - Sigchos | Sitios Naturales           | Ríos  | Cascadas                    |
| 68 | Cueva de Katabala              | Isinliví            | Sitios Naturales           | Fenómenos espeleológicos                            | Cuevas o cavernas           |
| 69 | Mirador las Golondrinas        | Chugchilán          | Sitios Naturales           | Fenómenos naturales                                 | Escarpa de falla            |
| 70 | Cañón del río Siwi             | Chugchilán          | Sitios Naturales           | Fenómenos naturales                                 | Cañón                       |

## Apéndice 6 Propuesta de producto

**NOMBRE DEL PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO:** \_\_\_\_\_

Identificar si el producto turístico es:                      Producto nuevo ( )      Producto reestructurado ( )

### Descripción del producto turístico

Eje temático: \_\_\_\_\_

Segmento de demanda: \_\_\_\_\_

### Motivación (identificar los motivos del viaje)

\_\_\_\_\_

### Fundamentación (Importancia y contribución a las condiciones actuales)

\_\_\_\_\_

### Calidad necesaria en infraestructura

*Describir la calidad necesaria que debería tener cada uno de los puntos detallados. Deben guardar directa relación con el público objetivo identificado y el concepto del producto.*

Instalaciones turísticas (equipamiento turístico): \_\_\_\_\_

Actividades turísticas: \_\_\_\_\_

Planta turística: \_\_\_\_\_

Accesibilidad: \_\_\_\_\_

Recursos y atractivos turísticos: \_\_\_\_\_

### Calidad necesaria en el servicio

*Describir la calidad necesaria que debería tener cada uno de los puntos detallados. Deben guardar directa relación con el público objetivo identificado con el concepto del producto.*

Seguridad: \_\_\_\_\_

Gestión: \_\_\_\_\_

Recursos humanos: \_\_\_\_\_

Tecnología: \_\_\_\_\_

### Itinerarios sugeridos (ejemplos de posible forma de consumo, considerar temporalidad)

*Indicar opciones como half day, full day o programas más largos.*

\_\_\_\_\_





### Época de visita/Clima

| Servicios en el centro de soporte más cercano |        |        |           |        |        |                     |               |
|---|--------|--------|-----------|--------|--------|---------------------|---------------|
| Hoteles                                       | Sí ( ) | No ( ) | Guías     | Sí ( ) | No ( ) | Venta de artesanías | Sí ( ) No ( ) |
| Hostales                                      | Sí ( ) | No ( ) | Albergues | Sí ( ) | No ( ) | Oficinas de turismo | Sí ( ) No ( ) |
| Restaurantes                                  | Sí ( ) | No ( ) | Resorts   | Sí ( ) | No ( ) | Internet            | Sí ( ) No ( ) |

| Distancia entre los atractivos ancla |       |                       |                     |
|--------------------------------------|-------|-----------------------|---------------------|
| Desde                                | Hasta | Total tiempo (aprox.) | Total kms. (aprox.) |
|                                      |       |                       |                     |
|                                      |       |                       |                     |
|                                      |       |                       |                     |

### Actividades complementarias a desarrollar

Actividad 1: \_\_\_\_\_

Descripción: \_\_\_\_\_

Horario: \_\_\_\_\_

Costo: \_\_\_\_\_

Ubicación: \_\_\_\_\_

### Operadores que comercializan el producto

Operadores locales: \_\_\_\_\_

Operadores mayoristas: \_\_\_\_\_

Operadores minoristas: \_\_\_\_\_

### Fotografías

### Mapas

## Apéndice 8 Detalle de atractivos turísticos

| NOMBRE DEL ATRACTIVO   |                                |                       |   |                  |
|--|--------------------------------|-----------------------|---|------------------|
| Ficha N: _____   |                                |                       |   |                  |
| Ubicación  |                                |                       |   |                  |
| Región: _____  |                                | Provincia: _____      |   | Distrito: _____  |
| Tiempo de viaje desde centro soporte: _____                    |                                |                       | Kilómetros recorridos desde centro soporte: _____ |                  |
| Contacto   |                                |                       |   |                  |
| Propietario: _____   |                                | Responsable: _____    |   |                  |
| Inscrita en Mincetur: _____                                    |                                | Teléfono móvil: _____ |   |                  |
| Correo electrónico: _____                                      |                                | Sitio web: _____      |   |                  |
| Acceso hacia el recurso  |                                |                       |   |                  |
| <i>Considerando como referencia la capital de la provincia</i> |                                |                       |   |                  |
| Terrestre  |                                |                       |   |                  |
| Transporte público ( )   | Automóvil particular ( )       | Taxi ( )              | Bus turístico ( )                                 |                  |
| Tipo de ingreso  |                                |                       |   |                  |
| Libre ( )  |                                |                       | Previo permiso ( )                                |                  |
| Costo: _____   |                                |                       | Horario: _____                                    |                  |
| Infraestructura dentro del recurso                             |                                |                       |   |                  |
| Servicios básicos  |                                |                       |   |                  |
| Agua potable ( )   | Acceso para discapacitados ( ) | Internet ( )          | Energía eléctrica ( )                             |                  |
| Primeros auxilios ( )  | Teléfono ( )                   | Señalización ( )      | Estacionamiento ( )                               |                  |
| Servicios complementarios turísticos                           |                                |                       |   |                  |
| Restaurante ( )  | Camping ( )                    | Bar ( )               | Hospedaje ( )                                     |                  |
| Trabajo en alianza con   |                                |                       |   |                  |
| Establecimientos de hospedaje                                  | Restaurantes                   | Agencias de viaje     | Bodegas de pisco                                  | Choferes de taxi |
|  |                                |                       |   |                  |
| Proyectos  |                                |                       |   |                  |
| Corto plazo: _____   |                                |                       |   |                  |
| Necesidades identificadas                                      |                                |                       |   |                  |
| Accesibilidad: _____   |                                |                       |   |                  |
| Comercialización: _____  |                                |                       |   |                  |
| Infraestructura: _____   |                                |                       |   |                  |
| Servicio al cliente: _____                                     |                                |                       |   |                  |
| Mantenimiento: _____   |                                |                       |   |                  |
| Elemento diferenciador a futuro                                |                                |                       |   |                  |
| _____  |                                |                       |   |                  |
| Fotografías  |                                |                       |   |                  |

### Apéndice 9 Detalle de Actividades Complementarias

| ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS               |           |
|---|-----------|
| N°  |           |
| Actividad nombre                          |           |
| Ubicación                                 |           |
| Región:                                   |           |
| Provincia:                                |           |
| Distrito                                  |           |
| Datos de interés sobre la actividad       |           |
| Persona o empresa que ofrece el servicio: | Empresa:  |
|   | Contacto: |
| Dirección y referencias:                  |           |
| Teléfono de contacto:                     |           |
| Email / Sitio web                         |           |
| Costo:                                    |           |
| Duración:                                 |           |
| Horarios:                                 |           |
| Características del servicio:             |           |

### Apéndice 10 Detalle de establecimientos de hospedaje

| SERVICIOS DE ALOJAMIENTO - ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE |                     |
|--|---------------------|
| N°   |                     |
| Nombre:  |                     |
| Representante legal:                                     |                     |
| Dirección y referencias:                                 |                     |
| Teléfono de contacto:                                    |                     |
| N° de camas:   |                     |
| N° de plazas:  |                     |
| Clase:   |                     |
| Categoría:   |                     |
| Servicios complementarios:                               |                     |
| Costo promedio:  |                     |
| Demanda concurrente                                      | Público extranjero: |
|  | Público nacional:   |
| Necesidades identificadas:                               |                     |



## Apéndice 11 Detalle de Establecimientos de Alimentos y Bebidas

| SERVICIOS DE ALOJAMIENTO - ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE |                     |
|--|---------------------|
| Nº   |                     |
| Nombre:  |                     |
| Representante legal:                                     |                     |
| Dirección y referencias:                                 |                     |
| Teléfono de contacto:                                    |                     |
| Equipamiento:  |                     |
| Nº de mesas:   |                     |
| Nº de comensales:  |                     |
| Carta:   |                     |
| Costo:   |                     |
| Demanda concurrente                                      | Público extranjero: |
|  | Público nacional:   |
| Necesidades identificadas:                               |                     |

## Apéndice 12 Encuesta de Validación del Producto Turístico Priorizado

Dirigida a los Intermediarios

| VALIDACIÓN: CRITERIOS CON LOS QUE CUMPLE EL PRODUCTO TURÍSTICO PRIORIZADO   |            |            |
|---|------------|------------|
| Criterio  | Fecha:     |            |
|   | De acuerdo | Desacuerdo |
| El producto turístico presentado es considerado un elemento competitivo/diferenciador en comparación con otros productos del destino. |            |            |
| Integra los recursos y atractivos turísticos que podrían enriquecer la experiencia turística.   |            |            |
| Se encuentra en sintonía con la motivación de viaje de los turistas que llegan al destino.  |            |            |
| Cuenta con una adecuada accesibilidad.  |            |            |
| Existen recursos humanos capaces de ser parte o conducir el desarrollo del producto turístico.  |            |            |
| Se cuenta con seguridad durante el disfrute del producto turístico propuesto.   |            |            |
| Se adecua a la oferta turística que ofrece a sus clientes.  |            |            |
| Considera usted que el producto turístico propuesto se integraría dentro sus paquetes de viaje.                                       |            |            |

**Preguntas:**

¿Qué características deben resaltar en el producto turístico propuesto?

¿Cuál es el segmento de la demanda que consumiría el producto turístico propuesto?

¿Cuál podría ser la motivación del turista al que puede ofrecer este producto?

¿Lo ofrecería a algún tipo de grupo de visitantes en particular (solo, en pareja, grupo de amigos, familia)?

¿Qué necesidades mínimas básicas exigiría que contenga el producto?

¿Cuál sería el tiempo promedio de consumo que le dedicaría al producto turístico propuesto?

## Apéndice 13 Perfil del turista

### ENCUESTA DEL PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA EL ÁMBITO DEL PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO

Fecha: \_\_\_\_\_

1. **Sexo:**            Masculino ( )            Femenino ( )

2. **¿En qué rango de edad se encuentra?**

Menos de 18 años ( )

18 a 24 años ( )

25 a 34 años ( )

35 a 44 años ( )

45 a 64 años ( )

más de 64 años ( )

3. **¿Cuál es su lugar de procedencia?**

País: \_\_\_\_\_

Ciudad: \_\_\_\_\_

#### En relación a la visita en el destino turístico

4. **¿Cuál es el motivo de su viaje?** \_\_\_\_\_

5. **¿Quiénes conforman su grupo de viaje?**

Solo ( )

Con mi pareja ( )

Familia directa (padres e hijos) ( )

Amigos/familiares sin niños ( )

Amigos/familiares con niños ( )

6. **¿Cuántas veces ha venido a este destino?**

Primera vez ( )

Segunda vez ( )

Tres veces o más ( )

7. **¿Cómo se enteró del destino?**

Por amigos/familiares ( )

Por la agencia de viajes ( )

Lo vi en televisión ( )

Leí al respecto ( )

Otros ( )

8. **Ha venido al destino con:**

Amigos/familiares ( )

Agencia de viajes ( )

Por mi cuenta ( )

Otros ( )

9. **¿Qué le gusta de la visita al destino?** \_\_\_\_\_

#### Con relación al producto turístico propuesto

*Descripción breve del producto turístico propuesto*

10. **Si se le ofreciera el producto turístico descrito, ¿lo tomaría?**

Sí ( )

No ( )

Lo evaluaría ( )

Si marcó "Lo evaluaría", detalle qué aspectos evaluaría: \_\_\_\_\_

11. **¿Qué esperaba conocer o qué actividades le gustaría realizar con relación al producto turístico propuesto?**

a. \_\_\_\_\_

b. \_\_\_\_\_

c. \_\_\_\_\_

d. \_\_\_\_\_

## Apéndice 14 Encuesta pobladores

Estimados habitantes del Cantón Sigchos somos estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales carrera en Licenciatura de Turismo la finalidad de esta encuesta es conocer los elementos turísticos del Cantón Sigchos para la elaboración de un producto turístico. Agradecemos su colaboración.

Datos Generales:

Género: Masculino: \_\_\_\_ Femenino: \_\_\_\_

Edad: 16 a 20: \_\_\_\_ de 21 a 30: \_\_\_\_ de 31 a 40: \_\_\_\_ Más de 41

1. ¿Qué atractivos usted conoce en el Cantón Sigchos?
  
2. ¿Qué actividades turísticas se realizan en el Cantón Sigchos?
  - Camping
  - Trekking
  - Down Hill
  - Trail running
  - Otros
3. ¿Conoce usted los servicios turísticos que se prestan en el Cantón Sigchos?
  - Alojamiento
  - Alimentos y Bebidas
  - Transporte
  - Operadores Turísticos
  - Guianza
  - Otros
4. ¿Usted pertenece algún sector turístico?
  - Alojamiento
  - Alimentos y Bebidas
  - Transporte
  - Operadores Turísticos
  - Emprendimientos
  - Otros.
5. ¿Conoce usted si el Cantón Sigchos oferta algún producto turístico?
 

Sí  No
6. ¿Cómo considera usted que es la afluencia de turistas?
  - Muy alta
  - Alta
  - Media
  - Baja
  - Muy baja
7. ¿Se sentiría usted beneficiado si se incrementara el turismo en su localidad?

- Mucho
  - Poco
  - Nada
8. ¿Los turistas actualmente que visitan su localidad llegan con?
- Amigos
  - Familia
  - Solos
  - Pareja
  - No hay turistas
9. ¿Qué elementos consideran importantes para mejorar el turismo en su localidad?
- Capacitaciones
  - Promoción y difusión
  - Mejorar la infraestructura
  - Mejorar la accesibilidad
  - Mejorar la imagen del cantón
  - Otros

### **Apéndice 15 Encuestas para Turistas**

Esta encuesta es un instrumento que servirá para la recolección de información para el proyecto de investigación de grado sobre el diseño de un producto turístico en el Cantón Sigchos. El objetivo de la encuesta es conocer la experiencia de los turistas en el cantón.

Datos Generales:

Género: Masculino: \_\_\_\_ Femenino: \_\_\_\_

Edad: 16 a 20: \_\_\_\_ de 21 a 30: \_\_\_\_ de 31 a 40: \_\_\_\_ Más de 41

Sitio visitado:

¿Cuál es su lugar de residencia?

1. Seleccione el motivo principal de su visita.
  - Vacaciones
  - Turismo
  - Descanso
  - Trabajo
  - Negocios
  - Diversión
  - Deporte
  - Otros
2. ¿Cuál o cuáles de los siguientes factores evalúa Ud. como el (los) más importante en este destino?
  - Calidad en el servicio.
  - Cercanía de lugar de origen.
  - Precios competitivos.
  - Interés por conocer otros atractivos turísticos del lugar.

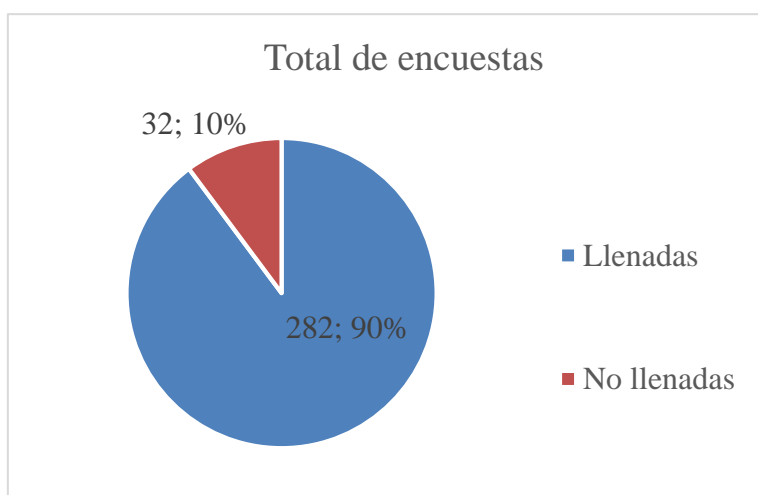
- Diversidad de actividades.  
Otros
3. ¿Cree Ud. que la infraestructura turística del Cantón Sigchos cumple con sus necesidades y expectativas?
- Sí  No
4. - ¿Cómo califica su estancia y el servicio recibido en el destino turístico?
- Excelente  
 Muy bueno  
 Bueno  
 Regular  
 Malo
5. ¿Qué alimentación usted prefiere durante el viaje?
- Regional (Típica)  
 Internacional  
 Vegetariana  
Otra
6. ¿Qué tipo de hospedaje le gustaría utilizar?
- Hotel  
 Hostal  
 Hostería  
 Lodge  
 Cabañas  
Otros
7. ¿Con qué tipo de servicios turísticos le gustaría contar?
- Alojamiento  
 Guianza  
 Alimentación  
 Transporte  
Otros
8. ¿Cuál es su fuente de información turística más utilizada?
- Internet  
 Radio  
 Televisión  
 Guía turística
9. ¿Qué le gustaría que mejore del lugar visitó?
10. ¿Recomendaría el lugar que usted visitó?
- Sí  No
11. ¿Siendo 1 el más bajo y 5 el más alto como califica usted el servicio brindado por los establecimientos prestadores de servicios?
- Muy satisfactorio  
 Satisfactorio  
 Medianamente satisfactorio  
 Poco satisfactorio  
 Nada satisfactorio

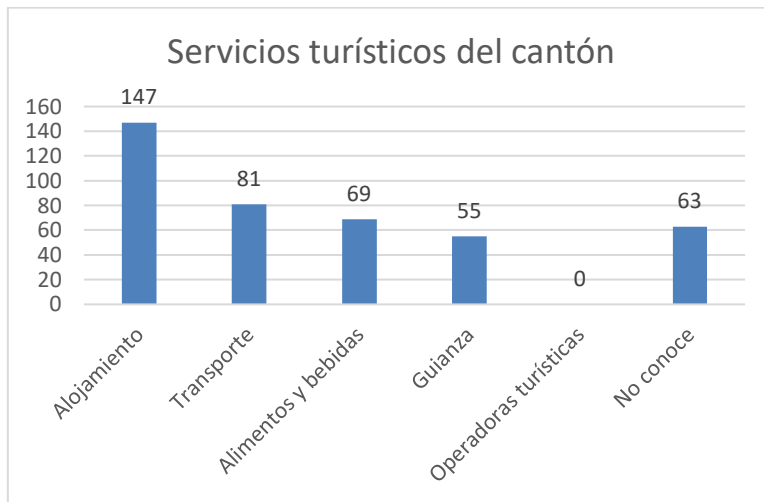
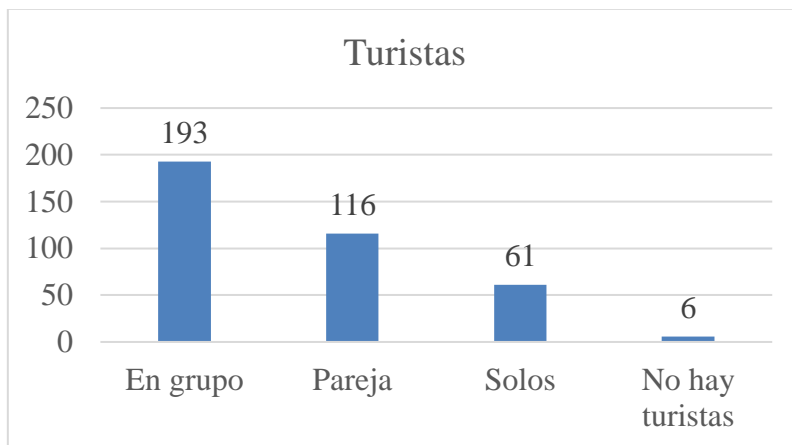
## Apéndice 16 Entrevista

Estimadas autoridades del Cantón Sigchos somos estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales carrera en Licenciatura de Turismo la finalidad de esta entrevista es conocer la situación del turismo en el Cantón Sigchos para la elaboración de un producto turístico. Agradecemos su colaboración.

1. ¿Cuál considera usted que ha sido el nivel de desarrollo turístico en el cantón Sigchos?
2. ¿Cuál es el rol desempeñado por el cantón para la fomentar el turismo en el cantón?
3. ¿Conoce si existe presupuesto económico específicamente para el desarrollo del turismo?
4. ¿Conoce usted si existen proyectos turísticos en ejecución? ¿Cuáles?
5. ¿Cuáles son las estrategias para el desarrollo del turismo en el cantón?
6. ¿El departamento de turismo cuenta con un plan de promoción turística para Sigchos? ¿Qué medios utilizan para la promoción turística?
7. ¿Conoce usted si los atractivos turísticos del cantón cuentan con servicios básicos?
8. ¿En qué condición se encuentran en cuanto a servicios básicos, infraestructura, accesibilidad, medios de transporte y salud?
9. ¿Qué tipo de turismo es el ofertado en el cantón?
10. ¿Cuál es la contribución de los organismos como el MINTUR, MAE, u otros organismos gubernamentales en el desarrollo del turismo en el Cantón Sigchos?
11. ¿Cuáles son los principales problemas que enfrenta el turismo en el cantón?
12. ¿Qué elementos consideran importantes para el desarrollo del turismo?

## Apéndice 17 Total de encuestas



**Apéndice 18 Servicios turísticos del cantón****Apéndice 19 Turistas**

## Apéndice 20 Propuesta de producto turístico ruta 1

### PROPUESTA DE PRODUCTO TURÍSTICO

| NOMBRE DEL PRODUCTO TURISTICO PROPUESTO: <u>Descenso a lo Grande</u>   |  |                             |
|--|--|-----------------------------|
| Identificar si el producto turístico es:   | Producto nuevo (X)   | Producto reestructurado ( ) |
| <b>Descripción del producto turístico</b>  |  |                             |
| Eje temático:  | <u>Turismo de Naturaleza</u>   |                             |
| Segmento de demanda:   | <u>Turistas nacionales y extranjeros que les guste la aventura</u>   |                             |
| <b>Motivación (identificar los motivos del viaje)</b>  |  |                             |
| TURISMO DE NATURALEZA  |  |                             |
| <b>Fundamentación (Importancia y contribución a las condiciones actuales)</b>  |  |                             |
| Esta ruta contribuirá al desarrollo turístico del cantón, ya que en la actualidad el turismo es carente y los pobladores no muestran un interés por ser partícipes de esta actividad. Además, el potencial turístico del cantón radica en sus recursos naturales mediante una adecuada gestión llegará a ser un destino turístico. |  |                             |
| <b>Calidad necesaria en infraestructura</b>  |  |                             |
| Instalaciones turísticas (equipamiento turístico):   | <u>Deficiente infraestructura</u>  |                             |
| Actividades turísticas:  | <u>Cuenta con diversas actividades</u>   |                             |
| Planta turística:  | <u>Dispone de establecimientos adecuados para el turismo de aventura</u>   |                             |
| Accesibilidad:   | <u>Posee viabilidad interna de tercer orden</u>  |                             |
| Recursos y atractivos turísticos:  | <u>En la siguiente ruta estarán presentes 2 atractivos turísticos</u>  |                             |
| <b>Calidad necesaria en el servicio</b>  |  |                             |
| Seguridad:   | <u>El cantón es completamente seguro ya que se ha evidenciado la movilización de personas a cualquier hora, por lo que no necesita una acción máxima en este apartado.</u> |                             |
| Gestión:   | <u>No posee una gestión adecuada para el desarrollo del turismo</u>  |                             |
| Recursos humanos:  | <u>El gobierno autónomo descentralizado se encarga del desarrollo del cantón</u>   |                             |
| Tecnología:  | <u>No dispone de alta tecnología</u>   |                             |
| <b>Itinerarios sugeridos (ejemplos de posible forma de consumo, considerar temporalidad)</b>   |  |                             |
| <u>Full day</u>  |  |                             |
| <i>Indicar opciones como half day, full day o programas más largo</i>  |  |                             |

## Apéndice 21 Ficha del producto ruta 1

| FICHA DE PRODUCTO  |   |                                   |                       |
|--|---|-----------------------------------|-----------------------|
| Ficha N: <u>1</u>  |   |                                   |                       |
| <b>Nombre del producto</b>   |   |                                   |                       |
| <u>Descenso a lo grande</u>  |   |                                   |                       |
| <b>Ubicación</b>   |   |                                   |                       |
| Región: <u>Andina</u>  | Provincia: <u>Cotopaxi</u>                              | Distrito: <u>Sigchos</u>          |                       |
| <b>Producto principal de venta - factor de diferenciación PPV</b>  |   |                                   |                       |
| <u>Actividades de aventura en los diferentes atractivos del cantón</u>                                     |   |                                   |                       |
| <b>Definición del producto</b>   |   |                                   |                       |
| Producto dirigido a turistas que se relacionan con la aventura y diversidad de actividades de alto riesgo. |   |                                   |                       |
| <b>Público objetivo según la búsqueda de experiencia</b>   |   |                                   |                       |
| Nicho (X)  | Multitemático ( )                                       | Moda ( )                          |                       |
| <b>Tipo de mercado interno</b>   |   |                                   |                       |
| VN divertido ( )   | VN descanso y relax ( )                                 | VN conocedor (X)                  |                       |
| <b>Tipo de mercado extranjero</b>  |   |                                   |                       |
| TE cultural (X)  | TE de naturaleza (X)                                    | TE de aventura (X)                | TE de sol y playa ( ) |
| <b>Perfil según estilo de vida*</b> <small>*(FUENTE: Iconoculture)</small>                                 |   |                                   |                       |
| Personalizados (a la medida) (X)   | Equilibrados (bienestar) ( )                            | Responsables (Sostenibilidad) ( ) |                       |
| Conectados (tecnológicos) ( )  | Inclusivos (nichos: solteros, discapacitados, etc.) ( ) | Exclusivos (Estatus) ( )          |                       |



**Descripción detallada del producto**

El producto turístico estará ubicado en la provincia de Cotopaxi en el cantón Sigchos, una ruta diseñada con actividades como rapel y trekking para personas que les guste la aventura en medio de la naturaleza.

**Atractivos ancla y descripción**

Entre los atractivos más significativos esta la piedra sagrada Guingopana, misma en la que se realizará el rapel, además, una vista a los Ilinizas por una ventana natural en la piedra.

**Demanda**

Turista nacional y extranjero que le guste la aventura y la naturaleza

Datos importantes (cifras): \_\_\_\_\_

**Itinerario sugerido**

Full day



| Facilidades       |                      |          |     |                 |           |                      |                       |  |
|-------------------|----------------------|----------|-----|-----------------|-----------|----------------------|-----------------------|--|
| Atractivos ancla  | Señalización interna | Teléfono | SSH | Estacionamiento | Seguridad | Rampa discapacitados | Restaurante-Cafetería | Horarios de visita / precios   |
| Piedra Guingopana |                      | X        |     | X               |           |                      |                       | Horario: 08:00 – 17:00<br>Costo:<br>Dirección: Sigchos                                     |
| Los Ilinizas      | X                    | X        |     | X               |           |                      |                       | Horario: 08:00 – 17:00<br>Costo:<br>Dirección: Sigchos<br>Horario:<br>Costo:<br>Dirección: |

**Época de visita/Clima**

Junio – septiembre

| Servicios en el centro de soporte más cercano |               |           |                |                     |               |
|---|---------------|-----------|----------------|---------------------|---------------|
| Hoteles                                       | Sí (X) No ( ) | Guías     | Sí (X) No ( )  | Venta de artesanías | Sí (X) No ( ) |
| Hostales                                      | Sí (X) No ( ) | Albergues | Sí (X) No ( )  | Oficinas de turismo | Sí (X) No ( ) |
| Restaurantes                                  | Sí ( ) No (X) | Resorts   | Sí ( ) No (X ) | Internet            | Sí ( ) No (X) |

| Distancia entre los atractivos ancla |                   |                       |                     |
|--------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------------|
| Desde                                | Hasta             | Total tiempo (aprox.) | Total kms. (aprox.) |
| Sigchos                              | Piedra Guingopana | 40 min                | 50 km               |
| Sigchos                              | Los Ilinizas      | 3 horas 09 min        | 141 km              |

**Actividades complementarias a desarrollar****Actividad 1: Rapel**

Descripción: Descenso con cuerdas de la piedra sagrada Guingopana

Horario: 9 am – 3 pm

Costo: \_\_\_\_\_

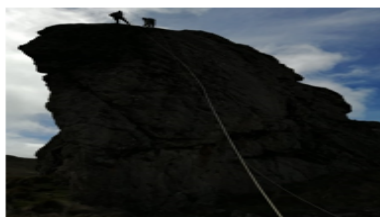
Ubicación: Sigchos

**Operadores que comercializan el producto**

Operadores locales: \_\_\_\_\_

Operadores mayoristas: \_\_\_\_\_

Operadores minoristas: \_\_\_\_\_

**Fotografías**

## Mapas



## Apéndice 22 Perfil del turista

ENCUESTA DEL PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA  
EL ÁMBITO DEL PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTOFecha: 28-12-20221. Sexo: Masculino () Femenino ( )

|  |                  |  |
|--|------------------|--|
| 2. ¿En qué rango de edad se encuentra? |                  |  |
| Menos de 18 años ( )                   | 18 a 24 años ( ) | 25 a 34 años ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 35 a 44 años ( )                       | 45 a 64 años ( ) | más de 64 años ( )                                   |
| 3. ¿Cuál es su lugar de procedencia?   |                  |  |
| País: <u>Estados Unidos</u>            |                  | Ciudad: <u>New York</u>                              |

## En relación a la visita en el destino turístico

4. ¿Cuál es el motivo de su viaje? Turismo

5. ¿Quiénes conforman su grupo de viaje?

Solo () Con mi pareja () Amigos/familiares Familia directa (padres e hijos) ()  
Amigos/familiares sin niños (X) con niños ( )

6. ¿Cuántas veces ha venido a este destino?

Primera vez () Segunda vez () Tres veces o más ()

7. ¿Cómo se enteró del destino?

Por amigos/familiares () Por la agencia de viajes () Lo vi en televisión ()Leí al respecto () Otros () Internet

8. Ha venido al destino con:

Amigos/familiares () Agencia de viajes () Por mi cuenta ()

Otros ( )

9. ¿Qué le gusta de la visita al destino? Cultura, Actividades de aventura

## Con relación al producto turístico propuesto

## Descripción breve del producto turístico propuesto

10. Si se le ofreciera el producto turístico descrito, ¿lo tomaría?

Sí () No () Lo evaluaría ()

### Apéndice 23 Ficha de actividades

| ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS   |  |
|---|--|
| N° 1  |  |
| Actividad nombre  |  |
| Rapel   |  |
| Ubicación   |  |
| Región: Andina  |  |
| Provincia: Cotopaxi   |  |
| Distrito: Sigchos   |  |
| Datos de interés sobre la actividad   |  |
| Persona o empresa que ofrece el servicio:<br>Diego Sabando / Melissa Vasconez | Empresa: University Tourism Center<br>Contacto: 0987299020                     |
| Dirección y referencias:  | Ferdinand Huneke S57-31 y S57.   |
| Teléfono de contacto:   | 0987299020 / 0991227410  |
| Email / Sitio web:  | <a href="mailto:diego.sabando4869@utc.edu.ec">diego.sabando4869@utc.edu.ec</a> |
| Costo:  | -  |
| Duración:   | -  |
| Horarios:   | -  |
| Características del servicio:   | -  |

### Apéndice 24 Ficha de actividades

| ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS   |  |
|---|--|
| N° 2  |  |
| Actividad nombre  |  |
| Trekking  |  |
| Ubicación   |  |
| Región: Andina  |  |
| Provincia: Cotopaxi   |  |
| Distrito: Sigchos   |  |
| Datos de interés sobre la actividad   |  |
| Persona o empresa que ofrece el servicio:<br>Diego Sabando / Melissa Vasconez | Empresa: University Tourism Center<br>Contacto: 0987299020                     |
| Dirección y referencias:  | Ferdinand Huneke S57-31 y S57.   |
| Teléfono de contacto:   | 0987299020 / 0991227410  |
| Email / Sitio web:  | <a href="mailto:diego.sabando4869@utc.edu.ec">diego.sabando4869@utc.edu.ec</a> |
| Costo:  | -  |
| Duración:   | -  |
| Horarios:   | -  |
| Características del servicio:   | -  |

## Apéndice 25 Propuesta del producto turístico ruta 2

**NOMBRE DEL PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO:** Sigchos: entre pucaras, cultura y leyendas

Identificar si el producto turístico es:  Producto nuevo (X)  Producto reestructurado ( )

**Descripción del producto turístico**

Eje temático: Turismo de Naturaleza y cultura

Segmento de demanda: Turistas nacionales y extranjeros que les guste la aventura y cultura

**Motivación (identificar los motivos del viaje)**

**TURISMO DE NATURALEZA Y CULTURA**

**Fundamentación (Importancia y contribución a las condiciones actuales)**

Esta ruta contribuirá al desarrollo turístico del cantón, ya que en la actualidad el turismo es carente y los pobladores no muestran interés por ser partícipes de esta actividad.

**Calidad necesaria en infraestructura**

Instalaciones turísticas (equipamiento turístico): Deficiente infraestructura

Actividades turísticas: Cuenta con diversas actividades

Planta turística: Dispone de establecimientos adecuados para el turismo de aventura

Accesibilidad: Posee viabilidad interna de tercer orden

Recursos y atractivos turísticos: En la siguiente ruta estarán presentes 2 atractivos turísticos

**Calidad necesaria en el servicio**

Seguridad: El cantón es completamente seguro ya que se ha evidenciado la movilización de personas a cualquier hora.

Gestión: No posee una gestión adecuada para el desarrollo del turismo

Recursos humanos: El gobierno autónomo descentralizado se encarga del desarrollo del cantón

Tecnología: No dispone de alta tecnología

**Itinerarios sugeridos (ejemplos de posible forma de consumo, considerar temporalidad)**

2 días - 1 noche

## Apéndice 26 Ficha del producto ruta 2

**FICHA DE PRODUCTO**

Ficha N: 2

Nombre del producto Sigchos: entre pucaras, cultura y leyendas

**Ubicación**

Región: Andina Provincia: Cotopaxi Distrito: Sigchos

**Producto principal de venta - factor de diferenciación PPV**

Ciclismo, trekking y camping, en los atractivos y el relato de leyendas.

**Definición del producto**

**Actividades de aventura en los atractivos del cantón**

**Público objetivo según la búsqueda de experiencia**

|       |               |      |
|-------|---------------|------|
| Nicho | Multitemático | Moda |
| (X)   | ( )           | ( )  |

**Tipo de mercado interno**

|              |                     |              |
|--------------|---------------------|--------------|
| VN divertido | VN descanso y relax | VN conocedor |
| ( )          | ( )                 | (X)          |

**Tipo de mercado extranjero**

|             |                  |                |                   |
|-------------|------------------|----------------|-------------------|
| TE cultural | TE de naturaleza | TE de aventura | TE de sol y playa |
| (X)         | (X)              | (X)            | ( )               |

**Perfil según estilo de vida\*** \*FUENTE: Iconocultura

|                                  |   |                                   |
|----------------------------------|---|-----------------------------------|
| Personalizados (a la medida) (X) | Equilibrados (bienestar) ( )                            | Responsables (Sostenibilidad) ( ) |
| Conectados (tecnológicos) ( )    | Inclusivos (nichos: solteros, discapacitados, etc.) ( ) | Exclusivos (Estatus) ( )          |

**Descripción detallada del producto**

El producto turístico estará ubicado en la provincia de Cotopaxi en el cantón Sigchos, una ruta diseñada con actividades como ciclismo, trekking y camping. En el cuál conocerán los pucaras, elevaciones que utilizaban los incas para la comunicación entre asentamientos. Conocerán la cultura actual de Sigchos y las leyendas que guardan los bosques, quebradas y montañas.

**Atractivos ancla y descripción**

Los atractivos que se visitarán será el pucará Yaló, el pucará El Calvario.

**Demanda**

Turista nacional y extranjero que le guste la aventura y la cultura

Datos importantes (cifras): \_\_\_\_\_

**Itinerario sugerido**

2 días y 1 noche

**Facilidades**

| Atractivos ancla   | Señalización interna | Teléfono | SSH | Estacionamiento | Seguridad | Rampa discapacitados | Restaurante / Cafetería | Horarios de visita / precios |
|--------------------|----------------------|----------|-----|-----------------|-----------|----------------------|-------------------------|------------------------------|
| Pucara Yaló        |                      |          |     |                 |           |                      |                         | Horario: 08:00 – 17:00       |
|                    |                      |          |     |                 |           |                      |                         | Costo:                       |
|                    |                      |          |     |                 |           |                      |                         | Dirección:                   |
| Pucara El Calvario |                      |          |     | X               |           |                      |                         | Horario: 08:00 – 17:00       |
|                    |                      |          |     |                 |           |                      |                         | Costo:                       |
|                    |                      |          |     |                 |           |                      |                         | Dirección                    |
|                    |                      |          |     |                 |           |                      |                         | Horario:                     |
|                    |                      |          |     |                 |           |                      |                         | Costo:                       |
|                    |                      |          |     |                 |           |                      |                         | Dirección:                   |

**Apéndice 27 Ficha de actividades complementarias**

| ACTIVIDADES<br>COMPLEMENTARIAS  |  |
|---|--|
| N° 1  |  |
| Actividad nombre  |  |
| Ciclismo  |  |
| Ubicación   |  |
| Región: Andina  |  |
| Provincia: Cotopaxi   |  |
| Distrito: Sigchos   |  |
| Datos de interés sobre la actividad   |  |
| Persona o empresa que ofrece el servicio:<br>Diego Sabando / Melissa Vasconez | Empresa: University Tourism Center<br>Contacto: 0987299020                     |
| Dirección y referencias:  | Ferdinand Huneke S57-31 y S57.   |
| Teléfono de contacto:   | 0987299020 / 0991227410  |
| Email / Sitio web:  | <a href="mailto:diego.sabando4869@utc.edu.ec">diego.sabando4869@utc.edu.ec</a> |
| Costo:  | -  |
| Duración:   | -  |
| Horarios:   | -  |
| Características del servicio:   | -  |

## Apéndice 28 Ficha de actividades complementarias

| ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS   |  |
|---|--|
| N° 2  |  |
| Actividad nombre  |  |
| Trekking  |  |
| Ubicación   |  |
| Región: Andina  |  |
| Provincia: Cotopaxi   |  |
| Distrito: Sigchos   |  |
| Datos de interés sobre la actividad   |  |
| Persona o empresa que ofrece el servicio:<br>Diego Sabando / Melissa Vasconez | Empresa: University Tourism Center   |
|   | Contacto: 0987299020   |
| Dirección y referencias:  | Ferdinand Huneke S57-31 y S57.   |
| Teléfono de contacto:   | 0987299020 / 0991227410  |
| Email / Sitio web:  | <a href="mailto:diego.sabando4869@utc.edu.ec">diego.sabando4869@utc.edu.ec</a> |
| Costo:  | -  |
| Duración:   | -  |
| Horarios:   | -  |
| Características del servicio:   | -  |

## Apéndice 29 Ficha de actividades complementarias

| ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS   |  |
|---|--|
| N° 3  |  |
| Actividad nombre  |  |
| Camping   |  |
| Ubicación   |  |
| Región: Andina  |  |
| Provincia: Cotopaxi   |  |
| Distrito: Sigchos   |  |
| Datos de interés sobre la actividad   |  |
| Persona o empresa que ofrece el servicio:<br>Diego Sabando / Melissa Vasconez | Empresa: University Tourism Center   |
|   | Contacto: 0987299020   |
| Dirección y referencias:  | Ferdinand Huneke S57-31 y S57.   |
| Teléfono de contacto:   | 0987299020 / 0991227410  |
| Email / Sitio web:  | <a href="mailto:diego.sabando4869@utc.edu.ec">diego.sabando4869@utc.edu.ec</a> |
| Costo:  | -  |
| Duración:   | -  |
| Horarios:   | -  |

### Apéndice 30 Ficha de Hospedaje

| SERVICIOS DE ALOJAMIENTO - ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE |  |
|--|--|
| N° 1   |  |
| Nombre: Starlight  |  |
| Representante legal: Victor Negrete                      |  |
| Dirección y referencias: Sigchos                         |  |
| Teléfono de contacto: 09909277095                        |  |
| N° de camas:   |  |
| N° de plazas:  |  |
| Clase:   |  |
| Categoría: Camping                                       |  |
| Servicios complementarios:                               |  |
| Costo promedio:  |  |
| Demanda concurrente                                      | Público extranjero: Alemanes, Estadounidenses, Franceses |
|  | Público nacional: Ecuador                                |
| Necesidades identificadas:                               |  |

### Apéndice 31 Ficha de alimentos y bebidas

| SERVICIOS DE ALOJAMIENTO - ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE |  |
|--|--|
| N° 1   |  |
| Nombre: Starlight  |  |
| Representante legal: Victor Negrete                      |  |
| Dirección y referencias: Sigchos                         |  |
| Teléfono de contacto: 09909277095                        |  |
| Equipamiento: Mesas, sillas, vajilla                     |  |
| N° de mesas: 2   |  |
| N° de comensales:  |  |
| Carta:   |  |
| Costo:   |  |
| Demanda concurrente                                      | Público extranjero: Estadounidenses, franceses, alemanes |
|  | Público nacional: Ecuador                                |
| Necesidades identificadas:                               |  |

### **Apéndice 32 La Chuza Longa**

Los antiguos moradores del cantón Sigchos cuentan la leyenda de la chuza longa.

Una mujer muy guapa que podía tomar la forma de la enamorada a quien se le citaba a través de una carta poniendo la hora y el lugar de encuentro por el enamorado, pero este con sus malos pensamientos decía que iba aprovecharse de la muchacha diciendo que le llevaría al bosque entre besos y abrazos la chica llegaría a ser de él y una vez al aprovecharse él no la volvería a ver más, además que no era su única enamorada.

La hora y el día de verse llegó y el enamorado se dirigía al lugar mientras él caminaba por la calle collanes que hoy en día es conocida como calle sigchila que era llena de monte había chilcas, lecheros y saucos era un cañón de montaña se decía que a partir de las 6 de la tarde ya no se podía circular por ahí porque le daba mal aire.

Pero el muchacho nunca creyó en lo que sus mayores le decían él seguía caminando cuando de pronto se le aparece una mujer que supuestamente era su enamorada y él le decía que le espere mientras seguía caminando parecía que le alcanzaba, pero no era así hasta dirigirse a una quebrada que era donde ya se dejaba supuestamente tocar y ahí aparecía un espectro que era el diablo que comenzaba a pegarle al muchacho para así dejarle de escarmiento que no debía ser infiel.

Las personas adultas comentan que este espectro solo se les aparecen a las personas malas, y que no saben respetar a las mujeres.

### **Apéndice 33 La Mala Hora**

Uno de los antiguos moradores del cantón Sigchos cuenta la leyenda que su abuelo era una persona que le gustaba beber.



El abuelo se encontraba en el centro del pueblo bebiendo sus guarapos con sus conocidos hasta que ya llega la hora de dirigirse a su morada, el señor vivía en las montañas y para llegar tenía que caminar por la calle collanes que hoy en día es conocida como calle sigchila que era llena de monte había chilcas, lecheros y saucos era un cañón de montaña se decía que a partir de las 6 de la tarde ya no se podía circular por ahí porque le daba mal aire además de que estas calles dirigían al cementerio por donde debía cruzar.

El señor ya en estado de embriaguez sigue su ruta hacia su casa cuando de pronto ve seis diablos que cargaban un ataúd y fue tanta la impresión que recibió que se le olvidó que estaba borracho y comenzó a caminar cada vez rápido hasta llegar a su casa.

Donde llegó a su casa botando espuma por la boca, su cuerpo no dejaba de temblar, su familia se dio cuenta que era mal aire comenzaron a limpiarle con imágenes sagradas y un rosario en medio de rezos pudieron salvarle.

De ahí el abuelo les decía a sus nietos que cuando sean unas personas adultas no tomaran porque las malas horas les persiguen a las personas con embriaguez.

#### **Apéndice 34 La Muerte toca tu Puerta**

Uno de los antiguos moradores del cantón Sigchos cuenta la leyenda de lo que suscito a su tía.

Antiguamente los habitantes vivían en las partes altas de las montañas sin servicios básicos, estos contaban con la luz del sol y para saber las horas las daban los gallos que cantan a las 10 pm, 12 am, 3am y 5am y el baño era salir fuera de la casa a la hora que le den ganas de hacer sus necesidades.

La señora se despierta en eso de las 12 porque le dieron ganas de orinar y como no contaban con el baño dentro de la casa ella sale de la casa para dirigirse al bosque hacer sus

necesidades ella se levanta después de orinar y lo que ven sus ojos es inexplicable una figura rigurosa, alta y con unos cachos que era un diablo mientras ella comenzó a correr le perseguía hasta llegar a la casa donde ya no vio nada.

Pero tal fue su sorpresa que se cayó y comenzó a vomitar sangre y esa fue lo que provocó la muerte instantánea de la señora, se dice que ya muerte le perseguía.

### **Apéndice 35 El Diablo de los Ilinizas**

Los antiguos habitantes del cantón Sigchos cuentan la leyenda acerca de aquellos hombres que han sido infieles con su pareja.

Antiguamente colina abajo vivía una pareja, aquel hombre tenía a su mujer y a su amante, el señor se dirige a su sembrío para cosechar ocas mientras este cavaba las ocas se aparece un lobo, suelta el azadón y coge la carabina se decía que le mato y le mato comienza este a perseguirle sin darse cuenta que le iba llevando de potrero en potrero hasta llegar a una peña tratando de hacerle perder, hasta que se da cuenta que ya es de noche y se dice así mismo que hago aquí y toma la decisión de irse donde la otra mujer este comienza a caminar hasta llegar donde la amante que ya era en eso de las ocho de la noche y se queda hasta la 1 de la mañana que decide ya partir a su casa mientras camina pasa por unos molinos de piedra del rio Gualligua cuando este se asusta cuando el de subida y otros que venían murmurando algunas cosas él decía ahora estos me van a pegar hasta que pasaron y nada paso hasta que ve un espectro grande que botaba chispas como candela dice que le agarraron y le dieron una juetiza y él decía que puñeteaba a todos y dado el caso no hizo nada, estos espectros le decían que si no le llevan ahorita es por la carabina que tenía que en los Ilinizas le necesitan.

Al pasar los días los golpes del señor iban apareciendo en el cuerpo, pero estos golpes se podrían así le pusieran cualquier cosa para sanar, el señor no podía estar en paz

pues desde la cama cuando este se quedaba solo los espectros no le dejaban querían llevarle él decía ya llegaron me están llevando.

Para no dejar que le lleven le ponían amarrando con unos cabrestos contra el horcón de la casa sentado en una estera y sus familiares siendo testigos de lo que suscitaba veían como los cabrestos comenzaban a soltarse uno por uno y la estera comenzaba arrastrarse para salir de la casa mientras que los adultos mayores comenzaban azotar con el juguete de siete correas para que estos espectros se fueran.

Al transcurrir los días el hermano mayor le dice que si él quería confesarse para ir a traer el cura a lo que el señor respondía que sí, así que bajo el hermano en el caballo para traer al sacerdote y al regresar a la casa a unos metros de distancia el giraba su cabeza y la agachaba y se quedaba mudo. Luego de regresar del pueblo dejando al sacerdote en la iglesia él le preguntaba a su hermano que le pasa que porque no quiere hablar a lo que el respondía que no puede que los espectros le tapaban la boca y le muestran la foto de la amante.

Al bajarle al señor a una casa de los compadres para que un aficionado a la medicina podría curarlo, pero no fue esa la dicha falleció y la noche del velorio a las 12 de la noche ha venido un montón de cactus que volaban y se apegaban al calor de las velas hasta dejar el cuarto donde se le velaba completamente oscuro hasta que el ataúd comenzó a sonar como si caminaran, después de lo sucedido prendieron nuevamente las velas y siguieron velando el cuerpo del difunto al otro ya para el traslado para ir al cementerio al cargar el ataúd sienten que este no pesa y al abrir el ataúd no había el cuerpo solo estaban las cobijas.

Los habitantes al ver aquel acontecimiento dicen que el diablo si le pudo llevar en cuerpo y alma este fue un castigo al ver y saber que dicho señor no tenía solo una mujer, sino que tenía varias mujeres.

Desde ese entonces los abuelos sabían aconsejar que sean respetuosos con las mujeres, que si se fijaba en una mujer y ya hacia la promesa de ser el marido jamás en la vida resbale que sea firme con su promesa.

### **Apéndice 36 El Uñaquillo o Bebé diablo**

Cuenta la leyenda que una pareja con su hijo tiernito fue a una de fiesta a lo cual habían sido invitados.

La fiesta era al otro lado de la montaña de donde ellos vivían, después de ya llegaron les sirvieron la comida la chicha y el marido comienza a servirse sus guarapos en la fiesta con el resto de los invitados hasta que ya llego el estado de embriaguez y ya era muy de noche la mujer comienza a llevar ya a su marido a la casa, pero este con el estado de embriaguez que tenía ya no avanza a caminar él le dice a su mujer que ya no avanza y que se queda que ella siga caminando y vaya no más a la casa y el marido e queda dormido mientras ella sigue caminando hasta llegar a la quebrada que tenía que pasar para llegar a la casa cuando a lo lejos de pronto comienza a oír llantos fuertes pues eran los de un bebé y acelera su paso pero el llanto cada vez se oía más cerca de la mujer hasta que se dejó de oír el llanto y ella se dio cuenta que este ya se amamantaba de su pecho así clavándole sus colmillos y sus garras al agarrarse del pezón la mujer de la desesperación comienza hacerle llorar a su bebe pero no funciona hasta que por coincidencia pellizcó el piecito izquierdo y el llanto de su hijo se hace más fuerte y este bebé diablo desaparece, la mujer sigue caminando hasta llegar a su casa estupefacta de lo había sucedido, conto a sus mayores lo sucedido y estos seguros de lo había sucedido le dijeron que estos espectros eran bebes

abortados al ser estos pecados se convertían en espectros malignos y le llamaba la atención la leche materna en especial de los recién nacidos.

Las personas adultas antiguamente solían enseñar a sus siguientes generaciones que si iban a salir por la noche siempre llevaran sus machetes y cuando caminaban pasaran el machete por alrededor de su cintura en manera de protección así mismo llevaban consigo sueltos que en la antigüedad eran de plata y cuando vieran estos espectros hieran sonar los sueltos, otro de las creencias era que tenían cargar consigo imanes para poder lanzárselos a estos espectros pero siempre se debe utilizar la mano izquierda para defenderse.

### *AVAL DE TRADUCCIÓN*

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

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“IDENTIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL CANTÓN SIGCHOS”** presentado por: **Sabando Cachago Diego Alexander** y **Vasconez Pachacama Melissa Lizbeth** egresados de la Carrera de: **Licenciatura en Turismo**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales**, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

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

Latacunga, Febrero del 2023.

Atentamente,



CENTRO  
DE IDIOMAS

Mg. Marco Paul Beltrán Semblantes

**DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC**

CC: 0502666514