



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TEMA

**Propuesta de diseño de producto turístico para el cantón de
Guaranda, provincia de Bolívar**

AUTORAS

**Silva Yáñez Nathaly Vanessa
López Baños Angely Meylin**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTORA

Lcda. Karla Ramírez Íñiguez, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

03 de marzo del 2020



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Silva Yánez Nathaly Vanessa y López Baños Angely Meylin**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

TUTORA

Lcda. Karla Ramírez Íñiguez, Mgs

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, 03 de marzo del 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Silva Yánez Nathaly Vanessa

DECLARO QUE

El Trabajo de Titulación, **Propuesta de diseño de producto turístico para el cantón de Guaranda, provincia de Bolívar**, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 03 de marzo del 2020

AUTORA

Silva Yánez Nathaly Vanessa



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, López Baños Angely Meylin

DECLARO QUE

El Trabajo de Titulación, **Propuesta de diseño de producto turístico para el cantón de Guaranda, provincia de Bolívar**, previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 03 de marzo del 2020

AUTOR

López Baños Angely Meylin



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Silva Yáñez Nathaly Vanessa**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de diseño de producto turístico para el cantón de Guaranda, provincia de Bolívar**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 03 de marzo del 2020

AUTORA

Silva Yáñez Nathaly Vanessa



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, López Baños Angely Meylin

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de diseño de producto turístico para el cantón de Guaranda, provincia de Bolívar**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 03 de marzo del 2020

AUTOR

López Baños Angely Meylin



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Propuesta de diseño de producto turístico para el cantón de Guaranda, provincia de Bolívar**, presentado por las estudiantes **Silva Yáñez Nathaly Vanessa y López Baños Angely Meylin**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (0%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	TT. SILVA YANEZ N - LOPEZ BAÑOS M.pdf (D63853718)
Presentado	2020-02-13 09:55 (-05:00)
Presentado por	Karla Lucía Ramírez Iñiguez (karla.ramirez01@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido	karla.ramirez01.ucsg@analysis.urkund.com
0% de estas 102 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.	

**Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.
TUTOR**

Agradecimiento

Agradezco a Dios por guiarme y cuidarme siempre, por darme paciencia, tolerancia y fuerzas permitiéndome terminar mi carrera y por siempre cuidar de mi familia.

A mi madre Jenny Yánez por su apoyo incondicional, por creer en mí y acompañarme en cada paso de mi vida, por aguantar mis llantos, risas y equivocaciones, Gracias por tanto amor y cariño que me das día a día y por enseñarme a ser valiente.

A mi padre Juan Carlos Balandra por su apoyo constante, gracias por ayudarme a cumplir un sueño más, gracias por amar tanto a mi mamá y gracias por querernos como suyos.

A mi papi Marco Silva por su amor infinito por siempre aconsejarme y cuidar de mi salud, y por estar pendiente de mis hermanos.

A mis abuelitos por aconsejarme siempre y orar por mí, por su amor infinito y porque la comida de mis abuelitas es la mejor. Gracias abuelito por siempre cuidarme desde el cielo y a ella que me llama princesita te recuerdo siempre.

A mi ñañito Marco Andres Silva por ser mi persona y mi vida, por aguantarme en mis malos días y aun así quedarte te amo.

A Meylin López mi compañera de tesis y amiga, por terminar este proyecto juntas, y por habernos apoyado en todos los tropiezos que tuvimos durante este camino, pero siempre optimistas a salir triunfantes. Gracias Amiga.

A la mejor tutora Lcda. Karla Ramírez por ser nuestra guía en este proyecto, por su paciencia infinita para que todo quede perfecto, gracias por cada consejo y por tu amistad incondicional.

A mi familia por su apoyo y consejos constantes, por enseñarme la unión y por quererme como una hija y como una hermana.

Nathaly Vanessa Silva Yánez

DEDICATORIA

A mis padres por siempre estar, Dios me dio la dicha de tener dos padres así que les dedico una meta de muchas, por su amor, oraciones, motivación constante y apoyo incondicional, este logro es por y para ustedes.

A ti mami que eres el mejor ejemplo a seguir, por ser luchadora, guerrera y paciente, que sería de mi sin tus consejos, por darme la mano una y otra vez sin cansarte y sin mirar mal, gracias por creer en mí. Desde la distancia te dedico este logro, pronto estaremos juntas para celebrarlo y abrazarnos. Te extraño princesa.

A mis abuelitos por ser parte fundamental en mi vida

A mis hermanos por ser mi motor a seguir y porque todo se puede a pesar de equivocarnos los amos.

Nathaly Vanessa Silva Yáñez

AGRADECIMIENTO

Primero quiero agradecer a Dios por guiarme en todo este proceso que conlleva la universidad, brindándome sabiduría, entendimiento y paciencia, permitiéndome culminar con éxito esta bonita etapa.

A mis padres Edgar López Hidalgo y Marly Baños Vega, por su apoyo incondicional, por hacer de mi una gran persona, gracias por su infinito amor y paciencia. Nada de esto hubiera sido posible si no fuera por ustedes los amo.

A mi hermana Abigail López por siempre estar ahí cuando más la necesitaba, por ser mi cómplice y mejor amiga, por confiar en mi, por ayudarme siempre en todo, especialmente en esta etapa de titulación.

A mis abuelitos que están en el cielo Luis Baños y Armida Vega por darme sus consejos y enseñarme que todo es posible con la ayuda de Dios, por las constantes bendiciones.

A mi familia López Baños por compartir conmigo alegrías, tristezas y ayudarme en todo momento, estar pendiente siempre de mi y por ser de gran ayuda en toda mi etapa de estudios.

A Nathaly Silva por ser mi compañera de tesis, por haber terminado este proyecto a pesar de muchas dificultades y momentos tensos, por su ayuda y apoyo incondicional, por su paciencia, por su sinceridad y sobre todo por soportarme. Gracias infinitas.

A mi tutora Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, por ser guía de este proyecto, por su gran paciencia, por corregir siempre cada detalle, gracias por sus consejos, es una de las mejores profesoras.

Finalmente, a mis profesores que aportaron sus conocimientos en todo el proceso de mi formación profesional.

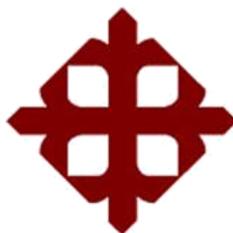
Angely Meylin López Baños

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mis padres Edgar López Hidalgo y Marly Baños Vega, quienes han hecho posible este logro es por ustedes, son mi mayor motivación e inspiración.

A mis abuelitos Luis Baños y Armida Vega, a pesar de que no estén conmigo siempre los tengo en mi corazón y sé que están orgullosos de este logro, ya que siempre quisieron vernos crecer profesionalmente.

Angely Meylin López Baños



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES CARRERA
DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcda. Karla Ramírez Íñiguez, Mgs.

TUTORA

Ing. Gerson Sopó Montero, Mgs.

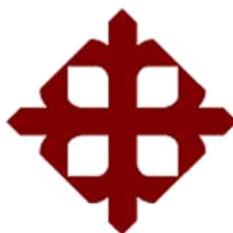
DIRECTOR DE CARRERA

Lcda. Paola Gálvez Izquieta, Mgs.

COORDINADORA DEL ÁREA

Ing. José Medina Crespo, Mgs.

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Silva Yánez Nathaly Vanessa	
López Baños Angely Meylin	

**Lcda. Karla Ramírez Íñiguez, Mgs.
TUTOR**

Índice General

Contenido

Antecedentes	3
Planteamiento del problema	4
Objetivos	5
Objetivo General	5
Objetivos específicos.....	5
Justificación.....	6
Formulación interrogativa del problema	7
Capítulo 1.- Marcos de la investigación.....	8
Marco teórico	8
Marco conceptual	18
Marco Referencial	28
Marco Legal	32
Capitulo 2.- Diagnóstico del sistema turístico de Guaranda	40
Datos Generales.....	41
Oferta de servicio.	41
Infraestructura de servicios básicos.....	41
Gobernanza.....	43
Comunidad receptora.	43
Atractivos	44
Atractivos Naturales:.....	46
Capítulo 3.- Metodología	55

Diseño de investigación	55
Tipo de Investigación exploratoria.....	55
Enfoque mixto	56
Población.....	56
Muestra.....	56
Entrevistas no estructurada.....	58
Resultados de la encuesta	63
Capítulo 4.- Diseño de Producto Turístico.....	80
Gasto Financiero Propuesta 2.....	83
Gasto Financiero Propuesta 3.....	88
Conclusiones	99
Recomendaciones.....	100

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Clasificación de las motivaciones según Crompton (1979)</i>	14
Tabla 2 <i>Clasificación de las motivaciones según Crompton</i>	15
Tabla 3 <i>Atractivos Turísticos del Cantón Guaranda</i>	52
Tabla 4 <i>Motivación de los turistas para visitar Guaranda</i>	68
Tabla 5 <i>Expectativas de lo que esperaba encontrar en los sitios recorridos en Guaranda</i>	75
Tabla 6 <i>Gasto Financiero</i>	81
Tabla 7 <i>Ficha de diseño del producto turístico</i>	82
Tabla 8 <i>Gasto Financiero Propuesta 2 Festival internacional de Danza Folklorica</i>	85
Tabla 9 <i>Gasto Financiero Propuesta 2, Obras de Teatro</i>	86
Tabla 10 <i>Presupuesto de la propuesta 2, Promoción</i>	87
Tabla 11 <i>Ficha de diseño del producto turístico</i>	87
Tabla 12 <i>Gasto Financiero Propuesta 3</i>	90
Tabla 13 <i>Ficha de diseño del producto turístico</i>	96
Tabla 14 <i>Presupuesto Global</i>	98

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Sistema turístico de Roberto C. Boullon.....	9
<i>Figura 2.</i> El modelo de producto turístico de cinco elementos de Smith.	10
<i>Figura 3.</i> Modelo de Clare A. Gunn.	13
<i>Figura 4.</i> Modelo de Pearce.....	17
<i>Figura 5.</i> División política DE LA PROVINCIA DE Bolívar.	40
<i>Figura 6.</i> Minas de sal.....	46
<i>Figura 7.</i> Farallones de Tiagua.	47
<i>Figura 8.</i> Museo del Carnaval.....	48
<i>Figura 9.</i> Museo Cultural del Indio Guarango.....	48
<i>Figura 10.</i> Centro Histórico de la Ciudad de Guaranda.	49
<i>Figura 11.</i> Iglesia de la Catedral San Pedro de Guaranda..	50
<i>Figura 12.</i> Fábrica del queso.....	50
<i>Figura 13.</i> Fábrica de confites o fábrica de chocolate..	51
<i>Figura 14.</i> Mapa de ubicación de hoteles entrevistados.	61
<i>Figura 15.</i> Género de los encuestados.	63
<i>Figura 16.</i> Edad de los encuestados.....	64
<i>Figura 17.</i> Lugar de residencia de los encuestados.	64
<i>Figura 18.</i> Nivel de educación de los encuestados.	65
<i>Figura 19.</i> Ocupación de los encuestado.	65
<i>Figura 20.</i> Ingreso mensual de los encuestados.....	66
<i>Figura 21.</i> Frecuencia de visita al cantón Guaranda en los últimos 5 años.....	66
<i>Figura 22.</i> Periodo de tiempo que el encuestado viajó a Guaranda.....	67

<i>Figura 23.</i> Motivación de los turistas para visitar Guaranda.....	68
<i>Figura 24.</i> Considera usted a Guaranda como un destino turístico.	70
<i>Figura 25.</i> Seguridad en Guaranda.	70
<i>Figura 26.</i> Argumentación de respuesta.	71
<i>Figura 27.</i> Lugares que el encuestado visitó durante su estadía.....	72
<i>Figura 28.</i> Alojamiento que el encuestado utilizó durante su visita a Guaranda.....	73
<i>Figura 29.</i> Noches que el encuestado durmió en Guaranda	73
<i>Figura 30.</i> Gasto promedio durante la estadía del encuestado	74
<i>Figura 31.</i> Expectativas de lo que esperaba encontrar en los sitios recorridos en Guaranda.	74
<i>Figura 32.</i> Disfrutó el encuestado su estancia en Guaranda.....	76
<i>Figura 33.</i> Argumentación de pregunta.	77
<i>Figura 34.</i> Motivación a amigos, familias y conocidos a visitar Guaranda.....	77
<i>Figura 35.</i> Argumentación de pregunta.....	78

Índice de Apéndices

Apéndice A 1 Fichas de Jerarquización	110
Apéndice B 2 Modelo de encuesta.....	160

Resumen

La siguiente investigación está estructurada por cuatro capítulos, conclusiones y recomendaciones. En el primer capítulo se encuentran las teorías, conceptos, leyes y referencias en las que el proyecto se fundamenta. El segundo capítulo detalla el diagnóstico del cantón, el estado actual del sistema turístico. Dentro del tercer capítulo se realiza el estudio de mercado, mediante el uso de 396 encuestas realizadas a visitantes provenientes de Quito, Riobamba, Ambato y Guayaquil; y entrevistas realizadas a las autoridades y empresas privadas del cantón, para determinar las preferencias del mercado; el segundo y tercer capítulo son la parte elemental de la investigación ya que aportan con información relevante para el desarrollo de la misma; por último, el cuarto capítulo especifica la propuesta, con base en los resultados de las encuestas y el diagnóstico del sistema turístico. El mencionado trabajo investigativo busca crear un producto turístico basado en eventos llamativos e innovadores, implementándolo, además, en los existentes.

Palabras clave: Cantón Guaranda, sistema turístico, producto turístico, atractivos turísticos, eventos turísticos.

Abstract

The following research is structured by four chapters, conclusions and recommendations. The first chapter will find the theories, concepts, laws and references on which the project is based. The second chapter details the diagnosis of the canton, the current state of the tourism system. In the third chapter, the market study will be carried out, using 396 surveys made to visitors coming from the cities of Quito, Riobamba, Ambato and Guayaquil; and interviews made to the authorities and private companies of the canton, to determine the preferences of the market; the second and third chapter is the elemental part of the research since it provides with relevant information; finally, the fourth chapter specifies the proposal, based on the results of the surveys and the diagnosis of the tourism system.

This research seeks to create a tourism product based on events that are eye-catching, innovative and implement existing ones.

Keywords: Cantón Guaranda, tourist system, tourist product, tourist attractions, tourist

Introducción

Guaranda pertenece a la provincia Bolívar, se encuentra entre las siguientes coordenadas: 1°33'23" S, 79°03'33" W, con una altitud de 2.668 metros y una extensión territorial de 1.897,8 km², el cantón limita al norte con el cantón El Corazón, al sur con el cantón Chimbo, al este con la parroquia Guanujo y al oeste con el cantón Las Naves (GAD, 2019).

El cantón se caracteriza por los recursos naturales y culturales, el clima, la calidad de la gente, la gastronomía y la tranquilidad, rico en flora y fauna y lugares maravillosos para visitar. Guaranda al pasar del tiempo es reconocido como un lugar de tradiciones y manifestaciones culturales que realizan, particularmente el feriado del carnaval, siendo uno de los picos más altos y representativos para el cantón.

Es importante mencionar que el cantón cuenta con varias actividades turísticas ha realizar como visitas a los museos y fábricas de Salinas, senderismo por lugares naturales, cabalgatas y trekkin. Sin embargo, no son motivo de alta demanda de turistas, cabe recalcar que otro pico alto representativo es el festival del queso, siendo identificado que los eventos son importantes como una alternativa de diversificación de la oferta.

El propósito de la presente investigación es identificar como consideran a Guaranda y las preferencias sobre el mismo, en base a las teorías del sistema turístico que constan de 2 elementos que se relacionan entre sí, que es la **oferta** existente y la **demanda** solicitada por el mercado, que facilita la estancia del turista. Además, las teorías de las motivaciones y la teoría del comportamiento del consumidor ayudan a la determinación de las preferencias e influencias del visitante, con el fin de diseñar un producto turístico.

Los lugares de estudio para esta investigación conforman la parte urbana del cantón y la parroquia de salinas que son los sitios que resaltan como parte del producto turístico.

Antecedentes

De acuerdo al (SECTUR, 2019), define que el producto turístico “es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos del turista y/o visitante”

Además (González Santamaria , 2015) afirma que “el producto turístico es un conjunto de elementos materiales e intangibles diseñados para satisfacer las necesidades y expectativas del consumidor”

La provincia de Bolívar a pesar de ser una provincia pequeña cuenta con un sinnúmero de atractivos turísticos gracias a la diversidad de climas y ecosistemas que posee debido a su posición geográfica (Jiménez Erazo, 2018).

Guaranda consta con una población de 183,641 habitantes de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010).

El cantón tiene varios pisos climáticos entre ellos frío y subtropical cálido, con una temperatura promedio de 13°C. Su división política está dividida en dos parroquias: rurales que son: Salinas, Simiatug, San Simón, San Lorenzo, Santa Fe, Julio Moreno, Facundo Vela, San Luis de Pambil y urbanas que son: Ángel Polibio Chávez, Gabriel Ignacio Veintimilla, Guanujo. Otra característica es que predominan dos idiomas; el español y su idioma nativo que es el kichwa. (GAD, 2019)

La ciudad es un destino turístico en el que se puede encontrar una variedad de atractivos que son destacados tanto en su zona urbana como rural. Es importante mencionar que la belleza de sus paisajes que cautivan los sentidos de cada visitante y se deleitan con el asombroso encanto de sus parajes. Cuenta con abundantes recursos naturales y manifestaciones socioculturales, que merecen ser vividas y conocidas por turistas nacionales y extranjeros. (GAD, 2019).

Según el estudio de (Palma Mantilla & Bajaña Alvarado, 2018) comentan que el turismo es fundamental para el incremento de la economía de un país, si una ciudad no planifica correctamente sus actividades turísticas no podrá satisfacer algunas de las necesidades locales que sus habitantes deben cubrir. Por ello es necesario que se desarrollen de la manera más segura y cómoda para que los visitantes sean el referente publicitario (p. 3).

Planteamiento del problema

En el cantón es notable el desinterés por parte de las autoridades competentes de crear contenido de promoción turístico ya que, el contenido no es promocionado y tiene limitantes de información de atractivos turístico: culturales y naturales, además no se aprovecha el nicho de mercado ni sus recursos de modo que, cada año tienen 3 días de demanda turística con visitas de turistas nacionales e internacionales a este punto específico que son los “Carnavales de Guaranda; y esto provoca que los turistas desconozcan los lugares y atractivos turísticos de Guaranda.

La capital es un destino que genera turismo, desplazamiento, alojamiento pernoctación durante su fecha fuerte que es el carnaval sin embargo de acuerdo al Catastro Turístico Nacional (MINTUR, 2019) el cantón posee 7 hoteles de 2 estrellas y 8 hostales de categoría 2 y uno de categoría 3, por último, cuenta con 79 establecimientos de alimentos y bebidas, estos varían de categoría desde segunda a cuarta, además, cuenta con atractivos como: Salinas de Guaranda, Lagunas de las Cochis, Minas de Sal, Museo Cultural Indio Guaranga; establecimientos y atractivos que tienen poco uso, y una vez que acaba esta temporada no hay un flujo turístico constante y esta falta del mismo no es lo suficientemente llamativo para que se mejore la inversión en el turismo en el cantón, pese a que el destino tiene algunas características arquitectónicas, demográficas, patrimoniales, culturales que realzan su belleza y demás.

Según (Yousaf, Amin , & Santos , 2018) basados en el estudio realizado por Pearce, hace referencia a modelo TCL (Travel Career Ladder) que enumeran 5 motivos de viajes; el primer motivo está relacionados con la relajación, estimulación, la relación, la autoestima y el desarrollo o cumplimiento; el segundo es la necesidad de seguridad, el tercero es la necesidad de relación, el cuarto motivo es la necesidad de autoestima y de desarrollo personal y el quinto motivo es la necesidad de actualización y realización (p. 203).

Según las autoras (Albán Molina & Proaño Bastidas , 2017) hacen referencia al estudio de Varisco, que el sistema turístico ha sido utilizado en reiteradas ocasiones para analizar la actividad turística ya que permite analizar y describir al turismo desde diferentes perspectivas, ya sea económica o social, el turismo es una serie de elementos relacionados entre sí para lograr su funcionamiento y permite describir aspectos relacionados a la oferta y a la demanda que lo compone (p. 27).

Además, (Alfaro Diaz, Paulino Alvarado, & Sorto Salmerón , 2017), expone que el sistema turístico es un modelo conceptual de proceso formado por un conjunto de elementos ordenados según sus funciones y su localización, que se enlazan racionalmente entre sí por medio de los principios o reglas del mercado (oferta, demanda y regulación), manteniendo a su vez relaciones de intercambio con otros sistemas de diferente rango (p. 14).

Finalmente, con todo esto se ha detectado que el problema es que Guaranda tiene una alta actividad turística exclusivamente durante el feriado de carnaval, lo cual genera que la oferta turística actual esté desaprovechada y con baja visitación es decir después de este pico alto que tiene el destino para el feriado el resto del tiempo la demanda decae; es por eso que para este problema se desarrollará un diseño de propuesta de un producto turística para el cantón para mejorar la oferta del mismo.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar la propuesta de un producto turístico del cantón de Guaranda para mejorar la oferta del destino.

Objetivos específicos

- 1) Diagnóstico del sistema turístico para determinar la línea base del cantón Guaranda.
- 2) Desarrollar un estudio de mercado para determinar la demanda actual y potencial del cantón Guaranda
- 3) Diseñar el producto turístico del cantón Guaranda para mejorar la oferta turística del mismo.

Justificación.

Guaranda posee una variedad de climas, paisajes, sitios turísticos, además cuenta con un preciado patrimonio cultural, natural y de gran potencial turístico que debe ser desarrollado, por ello se convierte en un entorno idóneo para la implementación de un producto turístico con el fin de generar valor agregado, creando experiencias de ocio y recreación.

De acuerdo al portal de turismo en cifras (MINTUR, 2018) se observa que en el período 2018 pernoctaron 481,617 turistas en el cantón, se aprecia un crecimiento de 137 turistas que visitaron la misma en comparación del año anterior; es por esta razón que en este estudio se estima un incremento de turistas en el período actual.

Sin embargo es importante mencionar que es un destino que tiene demanda turística de origen nacional según Movimientos Internos (MINTUR, 2018) determinan datos anuales de los principales mercados receptores: como primer lugar se identifica turistas provenientes desde Quito con 256.326 personas que pernotan en la Capital de la provincia Bolívar, seguido Ambato con 40.436 personas, como tercer lugar Riobamba con 30.533 y por último Guayaquil con 29.262, por esta razón es importante analizar la situación actual del destino, así como también el mercado objeto, por lo tanto necesitan de un diseño de producto turístico, que comprenden los principales componentes: los atractivos, alojamiento, restauración, desplazamiento y demás servicios complementarios, ofreciendo un único producto que fortalece al turismo del destino.

Cabe señalar que los feriados representan demanda turística al destino, sin embargo, según el (MINTUR, 2018) indica que la estacionalidad como punto más alto de frecuencia masiva de turistas es durante el feriado del Carnaval, es por esta razón que el cantón necesita una intervención para que deje de ser un destino desconocido.

Según un estudio realizado por (Nacimba & Cejas, 2015) sobre el producto turístico, dice que se caracteriza por ser un conjunto de elementos tangibles e intangibles, que engloba: atractivos turísticos, equipamiento, accesibilidad, servicios, que permiten el desarrollo de actividades para el catón.

Este proyecto tiene con finalidad enlazar los atractivos turísticos del destino, mediante la creación de un producto turístico, que promocióne las actividades turísticas del cantón, con la intención de fomentar demanda de visita por parte de los turistas debido a que aumentará la economía de Guaranda.

Formulación interrogativa del problema

Guaranda tiene una alta actividad turística exclusivamente durante el feriado de carnaval, lo cual genera que la oferta turística actual esté desaprovechada y con baja visitación.

¿Qué tipo de productos turísticos desearía consumir el mercado objetivo de Guaranda para generar turismo fuera del carnaval?

Capítulo 1.- Marcos de la investigación

Marco teórico

Para este trabajo de titulación es necesario analizar la oferta turística del destino y sus diferentes parroquias, por lo que en el presente capítulo se exponen las teorías más destacadas sobre sistema turístico con la finalidad de crear una propuesta de producto turístico en el cantón de Guaranda.

A continuación, detallamos las teorías turísticas que a través del tiempo se han destacado por la importancia de su información; y utilizadas por investigadores hasta la actualidad.

Sistema Turístico expuesta por Roberto C. Boullon

En la investigación de (Abarca Zaquinaula, 2017) hace referencia al modelo de sistema Turístico de Roberto Boullon en su libro de Planificación del Espacio Turístico, enfatiza la oferta y la demanda, puesto que el funcionamiento del sistema se inicia mediante el encuentro entre Oferta (bienes y servicios existentes en el mercado); con la demanda turística (bienes y servicios, solicitados por el turista), a través del proceso de venta llamado producto turístico, que junto con la infraestructura forman la estructura de la producción del sector, según el autor expone (Ver figura 1) que está estructurado por una secuencia de subsistemas interrelacionados, que funcionan en base a los siguiente elementos:

- I. Oferta turística
- II. Demanda turística
- III. El proceso de venta

- V. La planta turística
- VI. La infraestructura
- VII. Superestructura

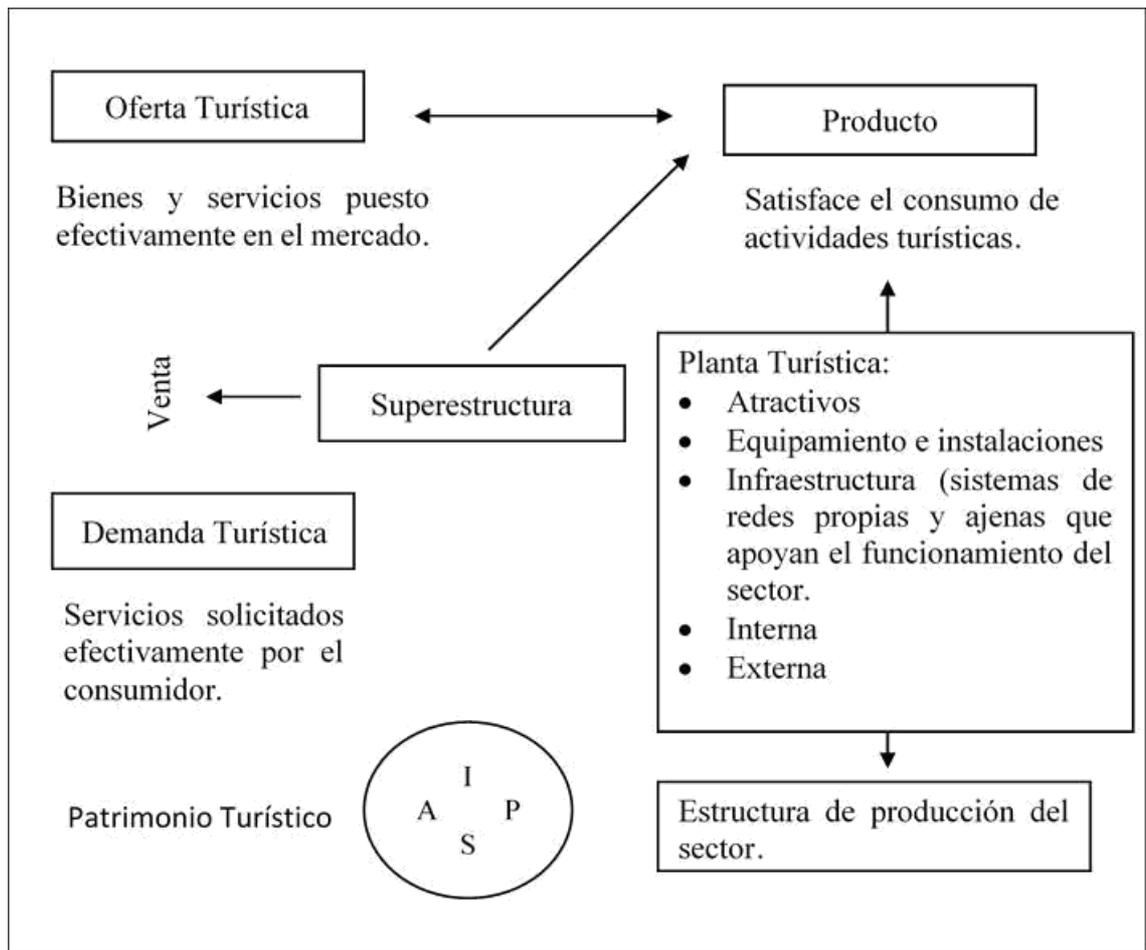


Figura 1. Sistema turístico de Roberto C. Boullon. Adaptado de: *European Scientific Institute*, por (Abarca Zaquinaula, 2017).

Es un modelo centrado en la producción del sector que establece en satisfacer las necesidades del consumidos con fin de realizar buenas practicas turísticas, según la oferta que presente el mercado.

El modelo de cinco elementos expuesto por Smith

Según (Gonzáles Santamaria , 2015) en su investigacion toma como referencia el estudio de Smith; propone un modelo que incorpora en el producto turistico cinco elementos que son: la planta física, el servicio, la hospitalidad, la libertad de elección y la implicación del cliente. Estos elementos (Ver figura 2) están situados en círculos centrales que van desde el entorno físico hasta la participación del cliente .

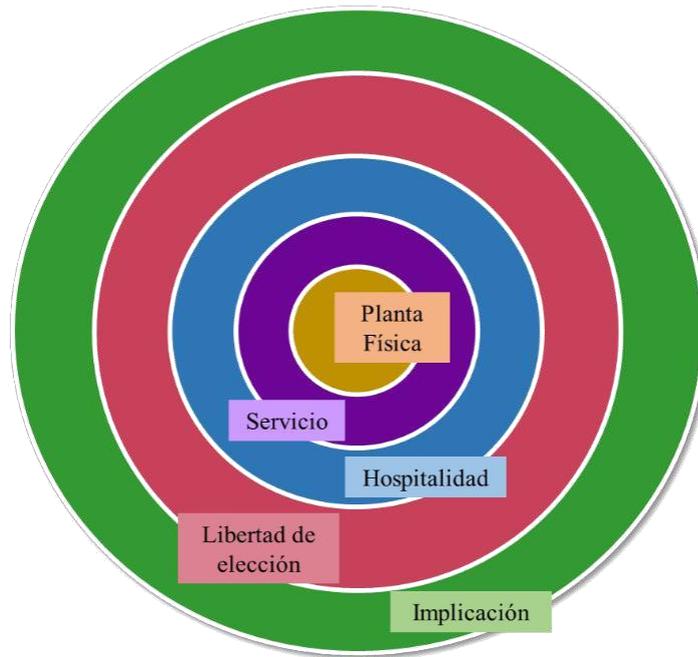


Figura 2. El modelo de producto turístico de cinco elementos de Smith. Adaptado de: *Universidad de Vigo*, por (González Santamaria , 2015).

Planta Física:

La planta física es considerada la base del producto turístico y comprende lugares, recursos naturales e instalaciones, como un hotel o un barco de crucero. La planta física también expone las condiciones meteorológicas y ambientales del destino turístico a elegir.

Servicio:

El autor afirma que “el servicio son todas las tareas que se realizan para satisfacer las necesidades del cliente o del consumidor como: la gestión del mantenimiento, la recepción en un hotel, la asistencia en vuelos y aeropuertos, etc”

Hospitalidad:

El autor menciona que la hospitalidad depende del servicio brindado, es decir, si el servicio se presta de forma correcta y de acuerdo con las normas establecidas en la gestión del establecimiento, se habrá dado un servicio de calidad; si además el servicio se ofrece con una sonrisa, amabilidad y, siendo proactivo: ir “más allá” del cumplimiento de los procedimientos considerados formales, se habrá conseguido transmitir hospitalidad al cliente.

Libertad de elección:

Se refiere a la necesidad de que el turista pueda acceder a un conjunto de opciones que le permitan hacer satisfactoria la experiencia. El grado de libertad variará en función del tipo de viaje que se realice, del presupuesto disponible, la experiencia previa del consumidor o de la disponibilidad que ofrezca la agencia de viajes o el tour operador correspondiente.

Implicación del cliente:

La implicación del cliente no sólo significa una participación física; implica un compromiso con la actividad que suponga una vivencia más intensa de la misma.

El Modelo Psicológico-Social expuesto por Veblen

El Autor (Martínez Moreno , Ruiz Andrade, Lozano Ramírez , & Verján Quiñones, 2015) expresa que las personas para consumir dependen del medio ambiente en el que viven y se desarrollan, la imagen que quiere proyectar a los demás, por lo tanto las necesidades e intereses depende del comportamiento de la sociedad, según el autor expone que el consumidor es influenciado al momento de realizar una compra, de acuerdo a los deseos del individuo, además el consumo de la persona se enfocara por el prestigio del producto o servicio que adquiera. Veblen hace hincapié que las actividades del individuo están directamente relacionadas con su conducta, influidas por distintos niveles que existen en la sociedad.

Cultura:

Definida como el conjunto de símbolos, artificios, ya sean bienes materiales o espirituales, creados por el hombre, que pasan de una generación a otra como determinantes y reguladores del comportamiento. Influye en el individuo asimilando hábitos y haciendo creer ciegamente en sus conceptos.

Subcultura:

Grupo de personas que se distinguen por el comportamiento, creencias que influyen los diferentes tipos de religiones, diversas formas de pensamiento en el mismo sistema, etc.

Clases Sociales:

Determinante sociocultural de las percepciones y el comportamiento del individuo. Influye cuando la persona realiza cambios de comportamientos adoptando algún tipo de clase social.

Grupos de Referencia:

Grupos de personas al cual el individuo desea pertenecer, pues se identifica con ellos. Influyen de una manera muy determinante, en cuanto las personas ven la forma de entrar a dicho grupo.

Grupos de Convivencia:

Son todos aquellos individuos donde se desenvuelven. Influye en el ser humano adoptar o respetar las diferentes opiniones de los otros integrantes del grupo.

La familia:

La familia tiene un ciclo o forma de vida, cada uno tiene diferente papel en la decisión de compra. Tiene un enfoque principal y duradero en la formación de las actitudes mentales hacia la religión, la política, el ahorro, la castidad y las relaciones humanas, etc.

(Martínez Moreno , Ruiz Andrade, Lozano Ramírez , & Verján Quiñones, 2015)

Sistema Turístico expuesto por Neil Leiper.

Según el estudio de (Franco Bravo, Giraldo Velásquez, López Zapata , & Palmas Castrejón , 2019) indica que Neil Leiper es considerado como uno de los pioneros en el estudio de sistemas en el área del turismo y hace referencia a su estudio, por lo que propuso un modelo compuesto por tres elementos del sistema que son: (I) los turistas, (II) elementos geográficos (región de origen, ruta de tránsito y región de destino; y (III) la industria turística (la comercialización, el transporte, alojamiento, recursos turísticos, oferta complementaria y la regulación. Leiper enfatiza la teoría del sistema Turístico hacia lo geográfico, debido a que proyecta la región del destino como un soporte, y al turista lo identifica como el individuo que se desplaza a través de los elementos geográficos.

Sistema turístico expuesto por Clare. A Gunn.

Los autores (Franco Bravo, Giraldo Velásquez, López Zapata , & Palmas Castrejón , 2019), presentan un modelo de sistema Turístico, enfocada en la planificación Turística; señala que el sistema está integrado por diversos elementos de la oferta y de la demanda que se relacionan entre sí, por otra parte la oferta se compone de cinco elementos, los cuales tiene la característica de ser interdependientes y requieren una planificación que se relaciona con las tendencias del mercado, así como con las características físicas del destino. El autor a continuación en la figura 3 describe el funcionamiento del sistema del turismo.

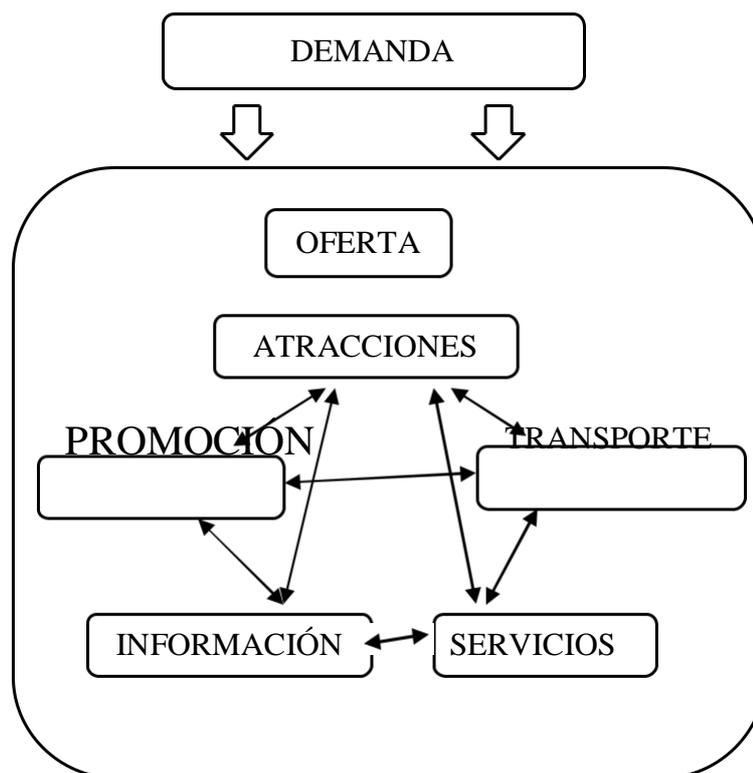


Figura 3. Modelo de Clare A. Gunn. Adaptado de: *Social Science Research Network*, por (Franco Bravo, Giraldo Velásquez, López Zapata , & Palmas Castrejón , 2019)

De acuerdo al estudio de (Franco Bravo, Giraldo Velásquez, López Zapata , & Palmas Castrejón , 2019) en base a la teoría de Gunn los elementos que componen el modelo son:

Demanda:

La demanda, con el fin de satisfacer la demanda del mercado, el autor resalta la importancia de que el destino disponga de datos que le permitan predecir el comportamiento de la misma, mediante el uso de técnicas cualitativas y cuantitativas.

Oferta:

Los cinco componentes principales de la Oferta están influenciados por factores externos, es decir: recursos naturales, recursos culturales, liderazgo, liderazgo de la organización, finanzas, trabajo, emprendimiento, comunidad, competencia y políticas gubernamentales.

(Franco Bravo, Giraldo Velásquez, López Zapata , & Palmas Castrejón , 2019)

Teoría de las motivaciones expuesta por John Crompton

Según (Beltrán Bueno & Parra Meroño, 2017), en su artículo de perfiles turístico en función a las motivaciones para viajar, hace énfasis y se basa en el estudio de Crompton, en el que menciona la relación entre los motivos socio-psicológicos que no depende del destino sino de una necesidad de escape es decir: salir de la rutina, relajarse, olvidarse del estrés, etc; y los motivos culturales vinculados con el destino; esto puede variar por las características del mismo como el clima, la naturaleza, lo que impulsan al turista a visitar lugares históricos como museos, iglesias y monumentos.

Tabla 1

Clasificación de las motivaciones según Crompton (1979)

Motivaciones psicosociológicas (<i>factores push</i>)	
Escape del ambiente cotidiano	Consiste en un cambio temporal de ambiente diferente del lugar de residencia, del hogar o del entorno laboral, es decir, el turista busca destinos diferentes de su entorno habitual, tanto física como socialmente.
Exploración y evaluación del yo	El viaje es una oportunidad para que el turista explore su propia identidad y para el autodescubrimiento, así como para poner en práctica imágenes sobre sí mismo y evaluarlas.
Relajación	Se refiere a la relajación mental que se deriva, por ejemplo, de la práctica de hobbies e intereses que no se pueden desarrollar en la vida diaria, más que a la relajación física. Esta última no siempre tiene lugar en las vacaciones, y algunos de los entrevistados manifiestan haber llegado agotados tras las mismas.
Prestigio	Viajar supone un estilo de vida elevado, aunque con la democratización del acceso a los medios de transporte y la generalización del turismo, el estatus asociado a los viajes y al turismo es cada vez más difuso.
Regresión	Tiene lugar de dos maneras: (1) rompiendo con los roles y obligaciones cotidianas que facilita un tipo de comportamiento más irracional, pueril o adolescente, y (2) el turista también podría estar motivado por el deseo de retornar a una época donde el estilo de vida era más

simple, lejos de la complejidad e incertidumbre de la actual sociedad, altamente tecnificada.

Mejora de las relaciones de parentesco Viajar es una buena oportunidad para reunirse con los miembros de la familia y enriquecer sus relaciones.

Existen viajes más orientados a las personas que a los destinos. El período de vacaciones es un tiempo propicio para conocer gente nueva y así intercambiar opiniones, extender el número de contactos sociales o simplemente disfrutar de gente que no es familiar. También puede existir el deseo de interactuar con la población local (anfitriones), si bien lograrlo reviste algunas dificultades y muchos turistas acaban relacionándose con otros turistas. La cercanía en el alojamiento y el participar en viajes organizados son factores que facilitan la interacción social. Respecto de los viajes organizados, en ellos operan una serie de elementos que propician este hecho: compartir experiencias, proximidad física, existencia de individuos con intereses comunes en el grupo o la incorporación al grupo de nuevos miembros que son introducidos por individuos ya miembros.

Nota: Tomado de (Beltrán Bueno & Parra Meroño, 2017). *Perfiles turísticos en función de las Motivaciones para viajar*. (pp 45-46). Murcia, España: Universidad Católica San Antonio de Murcia. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.39.290391>

Tabla 2

Clasificación de las motivaciones según Crompton

Motivaciones culturales (*factores pull*)

Se identifica con la curiosidad, la aventura, la búsqueda de lo nuevo y diferente y sobre todo, en el sentido de vivir

Novedad

una nueva experiencia (con cierta independencia del grado de conocimiento que se tenga del destino). No obstante, existen casos en los que el viajero elige destinos que ya le son habituales, en concreto: (1) pueden ser individuos que tratan de satisfacer necesidades psicosociológicas más que motivos culturales, (2) adoptan una estrategia conservadora para reducir el riesgo de que un destino poco familiar no resulte tan satisfactorio como el ya conocido, y (3) pueden verse condicionados por el miedo a lo desconocido. Así, en el turista podría darse una combinación de búsqueda de lo nuevo y de estrategias de minimización de riesgos ante lo diferente. Entre estas estrategias están los viajes organizados y la exposición gradual a situaciones novedosas, tomando como punto de partida lo ya conocido.

Educación

El viaje es una forma de satisfacer necesidades educativas y de adquirir un bagaje cultural, llegando a considerarse prácticamente una obligación moral de conocer aquellos lugares que son particularmente accesibles a los sujetos.

Nota: Tomado de (Beltrán Bueno & Parra Meroño, 2017). *Perfiles turísticos en función de las Motivaciones para viajar*. (pp 45-46). Murcia, España: Universidad Católica San Antonio de Murcia. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.39.290391>

Esta teoría es de gran aporte para esta investigación ya que, idéntica los factores de motivación de los turistas y analiza las posibles variables para la elección del destino, servicio o producto con la finalidad de proponer un producto turístico en la ciudad de Guaranda.

Teoría de los peldaños de la carrera de viajes expuesta por Philip Pearce

De acuerdo con el estudio de (Sierra, 2018) afirma que Pearce se basó en la teoría de las necesidades de Maslow para desarrollar su modelo de (TCL) Travel Career Ladder o también conocida como escala de la carrera de viajes. Detalla que las motivaciones de las personas cambian o varían de acuerdo a sus experiencias de viajes es decir; cruzan un proceso de aprendizaje a través de sus experiencias lo que provoca un

cambio en sus necesidades y por ende en sus motivaciones. Así los viajeros con menos experiencia encajarían en los niveles más básicos y los que tienen más experiencia formarían parte de los niveles más altos. A continuación se detalla los niveles expuesto por Pearce, en el cual explica que las personas progresan hacia arriba mediante los peldaños de la motivación, Figura 4.

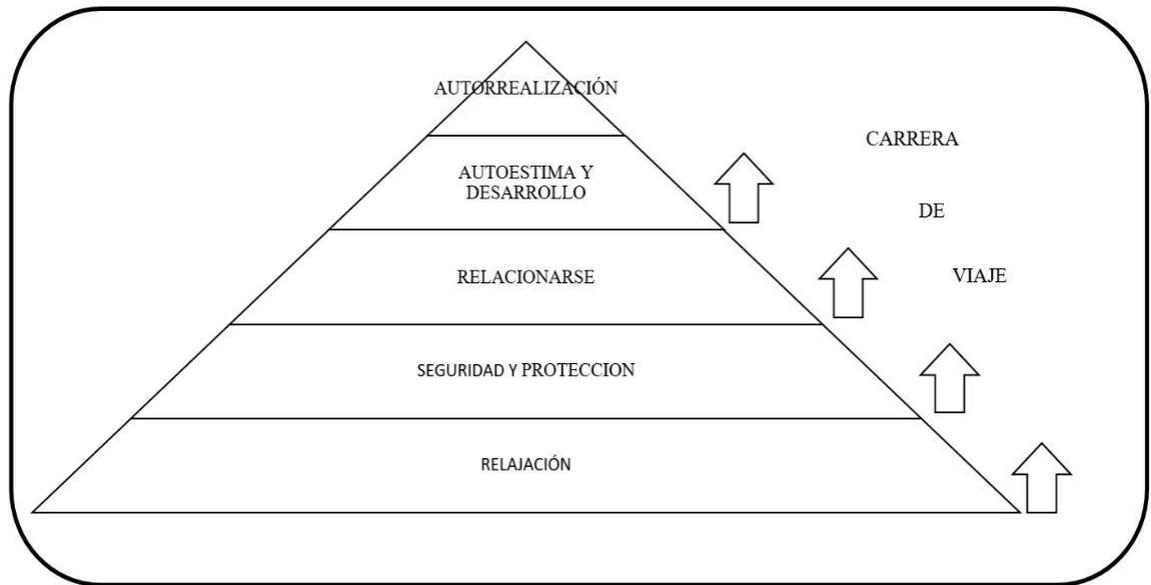


Figura 4. Modelo de Pearce. Adaptado de: Universidad Nacional de la Plata: un estudio exploratorio de las motivaciones en la experiencia turística, por (Sierra, 2018)

Marco conceptual

Accesibilidad

“La accesibilidad es la cualidad de fácil acceso para que cualquier persona, incluso aquellas que tengan limitaciones en la movilidad, en la comunicación o el entendimiento, pueda llegar a un lugar, objeto o servicio” (MINTUR, 2017).

Actividad turística

De acuerdo con la Secretaría de Turismo SECTUR, la actividad turística se interpreta como los actos que realizan las personas para que puedan llevar a cabo actos de carácter Turístico-Recreacional. Es la suma de todas aquellas empresas que invierten valiosos recursos para producir bienes y servicios en beneficio de las comunidades anfitrionas. (García Muñoz, Pérez Sanchez, & Navarrete Torres, 2018).

“Comprende aquellos actos que realizan las personas para que puedan acontecer hechos de carácter Turístico-Recreacional. Es la suma de todas aquellas empresas que invierten valiosos recursos para producir bienes y servicios en beneficio de las comunidades anfitrionas” (Análisis Integral del Turismo DATATUR, 2019).

Alimentos y Bebidas

De acuerdo con el (MINTUR, 2018) alimentos y bebidas se define a los establecimientos dedicados a la elaboración y expendio de alimentos. En este campo se encuentran: restaurantes, cafeterías, bares y fuentes de soda. En este casillero deberán colocarse el número de mesas (capacidad instalada) y plazas (capacidad efectiva) de los establecimientos cercanos al atractivo

Alojamiento

“Se entiende por actividad turística de alojamiento la ejercida por las empresas que presten servicios de hospedaje al público mediante precio, de forma profesional, bien sea de modo permanente o temporal, con o sin prestación de servicios complementarios” (Análisis Integral del Turismo DATATUR, 2019).

Según el (MINTUR, 2018), define alojamiento a los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. En este campo están los establecimientos: hotel, hostel, hostería, hacienda turística, lodge, resort, refugio, campamento turístico, casa de huéspedes. En este casillero deberán colocarse el

número de habitaciones (capacidad instalada) y plazas (capacidad efectiva) de los establecimientos cercanos al atractivo.

De acuerdo con el (Análisis Integral del Turismo DATATUR, 2019) menciona que alojamiento son los establecimientos que presta al público el servicio de hospedaje en forma temporal, con áreas e instalaciones comunes, que consta de una edificación o conjunto de edificaciones construidas o acondicionadas para tal fin, y operadas en forma conjunta, ocupando la totalidad o parte de dichas edificaciones.

Área turística

Según (Análisis Integral del Turismo DATATUR, 2019) define como área turística a la extensión de dimensiones variables compuesta de atractivos turísticos unidos y próximos unos a otros, que además cuenta con una red de transporte que los intercomunica. Está constituida por un espacio geográfico determinado, en el que se concentran varios lugares de atracción de tipo homogéneo o complementario. Debe contar con atractivos turísticos relativamente contiguos y de categorías y jerarquías variables y comprende, generalmente, uno o varios centros urbanos de cualquier magnitud, y además cuenta con una red de transporte que los intercomunica.

Atractivo turístico

“Resultado de un registro valorado que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico. Es un elemento base para la gestión, planificación, ejecución y evaluación turística del territorio” (MINTUR, 2017).

Es todo lugar de interés turístico , ya que representa características particulares de un destino que pueden ser de naturaleza, como playas, lagos, parques nacionales, por otro lado los culturales, como monumentos, museos, religión, gastronomía, etc. (Servicio Nacional de Turismo SERNATUR, 2018)

“Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Es el componente fundamental del producto turístico” (Fondo Nacional de Turismo FONTUR , 2019).

“Valores propios existentes, natural, cultural o de sitio, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o

aconditionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo” (Análisis Integral del Turismo DATATUR, 2019).

Calidad

El (Fondo Nacional de Turismo FONTUR , 2019), hace referencia a la definición de calidad expuesta por la Organización mundial del turismo y expresa que es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto de los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad: seguridad, higiene, accesibilidad, transparencia, autenticidad y armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural.

Centro de interpretación

El (MINTUR, 2018) indica que los centros de interpretación o conocido también como centro de visitantes, es una facilidad turística de carácter lúdico que posee una temática con un mensaje claro, permite comunicar, introducir, dar la bienvenida y estimular al público en general a que continúe con la interpretación y aprendizaje del recurso local que está siendo visitado.

Consumidor turístico

Es aquel individuo que, luego de haber satisfecho sus necesidades básicas, genera recursos que le permiten utilizarlos para ausentarse por un tiempo determinado del lugar en el que se desenvuelve, por motivos de conocer otros lugares, ya sea realizando turismo nacional o internacional; gastando todo o parte de dicho dinero en actividades turísticas de recreo, histórico culturales, de aventura, visita a familiares (Marsano Delgado , 2017).

Consumo turístico

De acuerdo con el (Análisis Integral del Turismo DATATUR, 2019), se entiende como todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, para y durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino, la presente definición está en función de las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo. El gasto de consumo turístico incluye todos los bienes y servicios consumidos y relacionados con el viaje, comprendiendo una amplia variedad de productos que van desde aquellos inherentes al viaje y la estadía hasta pequeñas compras de bienes durables para uso personal y regalos para familia y/o amigos.

Según el (Análisis Integral del Turismo DATATUR, 2019) expresa que la OMT, formula el consumo turístico basado en tipo y categorías de turismo, y son los siguientes:

Por “Tipos” de Turismo:

- El consumo turístico interno: Es el consumo efectuado por los visitantes residentes como resultado directo de sus viajes dentro de su país de residencia.
- El consumo turístico receptor: Es el consumo efectuado por los visitantes no residentes, como resultado directo de sus viajes adentro de la economía.
- El consumo turístico emisor: Es el consumo efectuado por los residentes como resultados de sus viajes a países diferentes de aquél en el que residen.

Por “Categorías” de Turismo:

- El consumo turístico interior: Comprende todo el gasto efectuado por los visitantes, tanto residentes como no residentes, cuando visitan la economía de compilación. Equivale a la suma del consumo turístico interno y del consumo turístico receptor.
- El consumo turístico nacional: Comprende todo el consumo turístico por parte de visitantes residentes, sin tener en cuenta donde tiene lugar el consumo. Incluye el consumo turístico interior y el consumo turístico emisor.
- El consumo turístico internacional: Comprende el consumo turístico receptor y el consumo turístico emisor.
- El consumo interior turístico: Comprende todo el gasto de consumo turístico que tiene lugar dentro de la economía de compilación. Incluye el consumo turístico interno, el consumo turístico receptor y la parte del consumo turístico emisor que corresponde a bienes y servicios facilitados por residentes. (Análisis

Integral del Turismo DATATUR, 2019)

Destino turístico

La Organización Mundial del Turismo expone que un destino turístico es un espacio físico, que esta compuesto en un mismo lugar con gran valor de productos turísticos, servicios y actividades, en el que el turista puede pernoctar (OMT, 2019).

De acuerdo con el (Fondo Nacional de Turismo FONTUR , 2019), se define como destino turístico al espacio físico en el que un visitante pernocta por lo menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes, y percepciones que definen su competitividad en el mercado. Los destinos locales lo incorporan a varias partes interesadas que a menudo incluyen una comunidad local, y pueden albergar o formar una red para conformar destinos amplios.

Según el (MINTUR, 2017) expresa que un destino turístico es un espacio geográfico que se compone de atractivos, medios de accesibilidad, servicios básicos y complementarios; así como también del empoderamiento por parte de la comunidad local para el desarrollo y posicionamiento de esta unidad territorial como un sitio con vocación turística.

El (Análisis Integral del Turismo DATATUR, 2019) indica que el destino turístico es el lugar visitado. En el caso de los visitantes internos, el destino es una zona dentro del mismo país de residencia. En el caso de los visitantes internacionales, el destino puede referirse al país visitado o a una región de dicho país. Un destino es la unidad geográfica básica utilizada para la elaboración de las estadísticas del turismo. Dentro del país de referencia, el país puede dividirse en zonas de destino que representan regiones turísticas homogéneas o que pueden ser grupos de regiones administrativas del gobierno local.

El comportamiento del consumidor.

Para (Meza & Villalta, 2015), el comportamiento del consumidor se define como las actividades del individuo orientadas a la obtención y uso de bienes y/o servicios, incluyendo los procesos de decisión que determinan esas actividades. Adicional son decisiones que el consumidor lleva a cabo en la búsqueda, compra, uso y evaluación de productos para satisfacer sus necesidades.(p.1)

Espacio turístico

“Es la agrupación de sitios de visita convirtiéndose en la unidad territorial base para la planificación turística” (MINTUR, 2018).

Excursionista

Es aquel individuo que se desplaza fuera del lugar de origen, con el fin de no pernoctar en el lugar de destino por un período de tiempo menor a veinticuatro horas (Mora Ranera, 2015).

El (Fondo Nacional de Turismo FONTUR , 2019) define a los excursionistas como “No residentes que sin pernoctar ingresan al país con un fin diferente al tránsito”.

Gasto turístico

Según el (Análisis Integral del Turismo DATATUR, 2019), el gasto turístico es el total de gastos de consumo efectuados por un visitante o por cuenta de un visitante durante su desplazamiento y su estancia turística en el lugar de destino.

Hotel

El (Análisis Integral del Turismo DATATUR, 2019), define como hotel al establecimiento edificado tradicionalmente en estructuras físicas verticales, que ha experimentado con el tiempo diversas transformaciones hasta llegar a sus características específicas de servicio actual, mismas que lo hacen ser considerado como el establecimiento típicamente turístico. Dichas características están dadas por las unidades de alojamiento que le son propias en cuartos y suites, y en su caso, por la disponibilidad de servicios complementarios (V. gr. espacios sociales, restaurantes, piscinas, bar, centros nocturnos), algunos de ellos concesionados a terceros (agencias de viajes, tiendas especializadas, estéticas, asesoría de deportes, etc.) El servicio tipo hotel está catalogado como aquél que se proporciona en un establecimiento con un mínimo de 10 habitaciones, que se han instituido para proveer básicamente alojamiento, alimentación y los servicios complementarios demandados por el turista.

Según el (MINTUR, 2017) define como hotel a los establecimientos de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo, cuenta con el servicio de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, según su categoría, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con mínimo de 5 habitaciones. Para el servicio de hotel apartamento se deberá ofrecer el servicio de hospedaje en apartamentos que integren una unidad para este uso exclusivo. Cada apartamento debe estar compuesto como mínimo de los siguientes ambientes:

dormitorio, baño, sala de estar integrada con comedor y cocina equipada. Facilita la renta y ocupación de estancias largas.

Infraestructura turística

“Comprende las obras básicas, generalmente de acción estatal, en materia de accesos, comunicaciones, abastecimientos de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, etc.” (Análisis Integral del Turismo DATATUR, 2019).

Instalaciones turísticas

“Todas las construcciones especiales (distintas a las del equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas” (Análisis Integral del Turismo DATATUR, 2019).

Motivación

El autor identifica la definición de motivación (Cueva, 2018) basado en el estudio de Pila, y determina que: la motivación es una acción intangible que incita a un individuo a realizar ciertas actividades y a persistir en dichas actividades, lograr desarrollarla en su totalidad, logrando cumplir sus objetivos.

Por lo tanto, la motivación es la voluntad propia de realizar un esfuerzo y posterior a ello satisfacer sus necesidades.

En el ámbito del turismo esta definición se la puede relacionar con los deseos y expectativas del turista en base a ciertas motivaciones como: precio, comodidades, servicio, etc. (Arroyo Vergara , 2016)

Patrimonio

La (Fondo Nacional de Turismo FONTUR , 2019) hace mención a la definición expuesta por la Organización Mundial del Turismo y determina que el patrimonio es un conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales e inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer las necesidades turísticas.

Producto turístico.

De acuerdo con Organización Mundial del turismo define que, un producto turístico es una combinación de diferentes elementos tangibles e intangibles, como los recursos naturales, culturales, históricos representativos de cada destino, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades recreativas en torno a un lugar específico de interés, que genera expectativa de un lugar creando experiencia turística (OMT, 2019)

“Es la combinación de atractivos y servicios que se ofrecen en el mercado con el fin de satisfacer las necesidades, requerimientos o deseos de los turistas” (Fondo Nacional de Turismo FONTUR , 2019).

“Conjunto de múltiples prestaciones tangibles e intangibles que se ofrecen a los turistas dentro de un determinado territorio, con el objetivo de satisfacer una experiencia turística de acuerdo a sus necesidades” (MINTUR, 2018)

De acuerdo con el (Análisis Integral del Turismo DATATUR, 2019) un producto turístico es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos del turista y/o visitante. Ahora bien, en la producción de productos turísticos hay que destacar el tratamiento especial de tres tipos de actividad productiva turística:

- a) Producción de bienes
- b) Las agencias de viajes y
- c) Los operadores turísticos

Recursos turísticos

“Son aquellos bienes naturales, culturales y humanos, ya sean tangibles e intangibles, muebles e inmuebles con características relevantes” (Navarro , 2015).

“Corresponde a todos los bienes y servicios, que por intermedio de la actividad humana y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda” (Análisis Integral del Turismo DATATUR, 2019)

“Es un elemento natural o cultural que puede motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo” (MINTUR, 2017).

Servicios turísticos

“Son todos los servicios que el turista requiere y consume mientras está de viaje, como el alojamiento, alimentación, transporte, agencias de viajes, etc” (Servicio Nacional de Turismo SERNATUR , 2015).

Sitio de visita

“Es la agrupación de sitios de visita convirtiéndose en la unidad territorial base para la planificación turística” (MINTUR, 2018).

Sistema

De acuerdo a la investigación de (Albán Molina & Proaño Bastidas , 2017) basado en la definición expuesta por Guerrero Perla, menciona que sistema “Es un grupo de elementos que, aunque actúan de formas autónomas se enlazan e interrelacionan de manera lógica y ordenada, en conjunto con un plan objetivo común para obtener resultados satisfactorios” (p. 27).

Turismo

Para definir el concepto de turismo los autores (Guillén Valencia & Ramón García , 2015) hicieron referencia al concepto de la OMT que define: El turismo, es una actividad generalmente asociada al descanso, a la diversión, al deporte y al acceso a la cultura y a la naturaleza, debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado de desarrollo individual y colectivo. Si se lleva a cabo con la apertura de espíritu necesaria, es un factor insustituible de autoeducación, tolerancia mutua y aprendizaje de las legítimas diferencias entre pueblos y culturas y de su diversidad (p. 494).

Turismo cultural

El autor (Yambay Macancela, 2017) en su investigación plantea la definición de Vilema, sobre el turismo cultural la que afirma que el turista realiza viajes o desplazamientos a un destino cultural motivado por conocer lugares que reasaltan la cultura de cada destino como manifestaciones artísticas, culturales, arqueológicas, monumentales, religión, folklore.

La Organización Mundial del Turismo explica que, es un tipo de actividad turística en el que la motivación principal del visitante es aprender, descubrir y consumir de conocer los diferentes atractivos, que contengan productos culturales, materiales e inmaterialesde gran valor espiritual y emocional, que engloban el arte, la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, la gastronomía, la literatura, la música, las diferentes etnias con una forma de de vida llena de creencias y tradiciones (OMT, 2019)

Turismo religioso

“El Turismo Religioso es la modalidad de viaje motivada por la fe, las creencias, la espiritualidad, la devoción o el interés por conocer el patrimonio de arte sacro que incluye todos los credos de interés turístico” (FITUR , 2019)

Turista

Es aquel visitante (interno, receptor o emisor) que se desplaza fuera de su entorno habitual, con el propósito que pernocte como mínimo una noche y sea participe en la utilización de los servicios turísticos que ofrezca el destino (Mora Ranera, 2015).

Visitante

Es aquella persona que viaja a un destino diferente al de su entorno cotidiano, por una duración inferior a un año, con la intención de descanso, recreación, negocios u otro motivo personal (Mora Ranera, 2015).

Vocación Turística

“Son rasgos, características, potencialidades (económicas, sociales, culturales y ecológicas) y disponibilidad de la comunidad de un área geográfica para generar un aprovechamiento turístico del territorio” (Servicio Nacional de Turismo SERNATUR , 2015).

Marco Referencial

El propósito de este proyecto tiene como finalidad proponer un diseño de producto turístico para el cantón de Guaranda, y como referencia se revisaron las siguientes investigaciones.

Propuesta de diseño de productos turísticos para el Cantón Vinces, Provincia de Los Ríos.

El presente trabajo de titulación tiene como finalidad la propuesta de diseño de producto turístico en el cantón Vinces provincia de los Ríos, para lo cual se realizaron visitas al cantón que permitieron conocer las características, recursos y atractivos de la zona, también se realizó un estudio de mercado que permite conocer el gran interés existente en los recursos naturales con los que cuenta la zona, principalmente el Humedal Abras De Mantequilla.

El poco interés y la falta de aprovechamiento de los recursos turísticos es uno de los principales factores que no permite el correcto desarrollo de la actividad turística en el cantón Vinces, para lo cual se espera contribuir a la solución de esta problemática.

La propuesta está enfocada a los atractivos como son: el Humedal Abras de mantequilla y la réplica de la torre Eiffel ubicada en el centro histórico de Vinces, a través de proyectos que buscan mejorar los atractivos, su accesibilidad y su conservación. (Avellaneda Pincay & Avellaneda Pincay, 2018)

Esta investigación proporciona datos importantes para el presente proyecto, pues ayudará a identificar y conocer las características, recursos y atractivos del cantón de Guaranda.

Propuesta de diseño de un producto turístico para la comuna Tabuga, cantón Jama, provincia de Manabí.

Esta investigación está basada en la comunidad Tabuga, cantón Jama, provincia de Manabí, la cual tiene como finalidad definir una propuesta de diseño de producto turístico ligado a un turismo experiencial.

El primer capítulo de este proyecto está conformado por aquellas teorías que contribuyen a la investigación, tales como la del sistema turístico, de la sustentabilidad, de la motivación turística y de la administración y, asimismo, se hace reseña del marco jurídico que da soporte y permiten determinar la viabilidad de la propuesta.

El capítulo dos se enfoca en el diagnóstico actual del sistema turístico de la comunidad para precisar las fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas y

establecer las posibles mejoras que motiven la visita a Tabuga y se complemente la oferta turística de la zona.

En el capítulo tres se realiza un estudio de la demanda para determinar el perfil del visitante o turista que llega al sitio. Mientras que, en el capítulo cuatro se da a conocer la elaboración de una propuesta que está orientada a rescatar las potencialidades naturales y culturales, con la intención de volver estos recursos parte de la oferta turística de la comunidad Tabuga (Granados Gavilanes & Parra Merino , 2018)

Esta investigación fue un factor clave para identificar el perfil del turista a través de las teorías del sistema turístico, que ayudará a determinar el segmento de mercado y servirá como guía para este proyecto.

Diseño de producto turístico deportivo para la ciudad de Guayaquil que incentive el turismo interno y receptivo

La oferta del turismo en el mundo es cada vez más competitiva, abarca una gran gama de atractivos que con la interacción de otras actividades turísticas se convierten en productos, los cuales aportan a la consolidación de una ciudad y por ende a un país como un destino turístico único.

El turismo en Guayaquil se ha desarrollado de forma considerable en los últimos años en Ecuador, llegando a ser acreedor de reconocimientos significativos en los World Travel Awards (WTA) edición Sudamérica en la Riviera Maya del 2017, comprometiendo más al sector turístico a seguir diversificando, innovando, modernizando y especializando los productos turísticos en la ciudad. Es por esto, que es necesario emprender acciones para aportar a la consolidación de Guayaquil como destino turístico.

El objetivo general de esta investigación fue diseñar un producto de turismo deportivo para Guayaquil que incentive el turismo interno y receptivo, se utilizó la metodología de investigación exploratoria, técnicas de recolección de información basada en observación, documentos oficiales, descripción de información cualitativa para determinar las necesidades y expectativas de la demanda y la situación actual de la oferta turística deportiva. Se evidenció a lo largo de esta investigación que actualmente Guayaquil oferta un sin número de eventos deportivos en diferentes disciplinas, estos acogen durante sus celebraciones a turistas deportivos activos y pasivos nacionales e internacionales. El diseño de productos turísticos basados en las

necesidades y expectativas de la demanda es muy significativo para este mercado. También se determinó que no solo de estos depende que la demanda se lleve una experiencia turística única, la gestión de las entidades públicas juegan un papel importante en la promoción de estos atractivos.

En la presente investigación se muestran acciones concretas para la reestructuración de los eventos deportivos, tomando en cuenta que es posible convertirlos en productos turísticos excepcionales y de alta importancia para el mercado turístico interno y receptivo, capaces por sí solos de motivar a la demanda a regresar a ediciones consiguientes, mostrando así que se puede aprovechar la oferta de eventos deportivos en la ciudad para encaminar a Guayaquil como destino turístico deportivo (Escobar Giraldo & López Salazar, 2018).

Esta investigación fue un factor clave para el desarrollo del marco teórico, ya que menciona varias teorías del sistema turístico lo que ayudará a identificar las necesidades del cliente para lograr convertir los atractivos turísticos del cantón Guaranda en algo excepcional.

Propuesta de diseño de producto turístico para la Parroquia de Salinas de Tomabelas, Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar.

Salinas de Tomabelas, más conocido como Salinas de Guaranda cuenta con varios atractivos turísticos de los cuales, su principal atractivo es el modelo de desarrollo comunitario. Por el cual, el objetivo del presente trabajo de titulación se centra en la propuesta de productos turísticos basados en aumentar la motivación de los turistas en base a una experiencia turística más vivencial. Por tal motivo, se consideró el uso de la metodología de Planificación de Productos Turísticos, publicada en el 2014 por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú, como herramienta con el fin de aumentar el turismo en esta localidad. Además, se empleó el uso de encuestas como herramienta para obtener el mercado objetivo de los turistas que visitan Salinas de Tomabelas cuyos resultados arrojaron que son los turistas nacionales entre 18 a 25 años. Así también, durante el estudio, se diagnosticó el sistema turístico para tener la condición actual de la Parroquia de Salinas; en la que se pudo obtener que el destino cumple con cuatro áreas de las seis que este sistema compone (Ruiz Caicedo, 2018).

Esta investigación servirá como marco referencial para la realización de las encuestas y entrevistas a realizar para este proyecto.

Propuesta de mejora de productos turísticos para el Cantón puerto López basado en el análisis de las motivaciones de los visitantes.

El siguiente proyecto se basa en analizar las motivaciones que tienen los turistas al escoger el cantón Puerto López como destino, con la finalidad de proponer nuevos productos turísticos, servicio o mejorar su oferta actual. Para lo cual se tomó como referencia de la teoría de Crompton basado en nueve motivaciones y los perfiles turísticos según Beltrán y Parra como sustento teórico (Armas Cevallos & Aldaz López , 2019).

En el transcurso de la investigación para la recolección de datos se realizaron 384 encuestas a turistas nacionales y extranjeros a los cuales se les realizó varias preguntas acerca de sus motivaciones de viaje, datos personales y percepción acerca del destino. Después de analizar todas las respuestas se enfatizaron tres motivaciones principales siendo estas la relajación, escape del ambiente cotidiano y la novedad.

Se llegó a la conclusión que la mayor parte de personas que visitan el destino tienen un perfil lógico lo cual significa que son turistas que viajan en familia, es decir, les gusta saber con anterioridad las características de los lugares que van a visitar y buscan relajarse o salir de la rutina.

Para finalizar, se concluye que todos los productos turísticos más populares sí cumplen y satisfacen todas las motivaciones principales que presentan los turistas que visitan Puerto López, por lo que se propone productos y servicios turísticos que complementen la oferta actual.

Esta investigación fue un factor clave para el desarrollo del marco teórico, ya que menciona varias teorías de investigación lo que ayuda a analizar el perfil socio-psicológico del turista en base a sus motivaciones.

Marco Legal

Constitución de la República

Según la (Constitución de la República del Ecuador, 2019) en la Sección VI Cultura Física y tiempo libre Art. 383.- Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

Según la (Constitución de la República del Ecuador, 2019) en el Segundo Capítulo, Ciudadanas y Ciudadanos, **Art. 9.-** Las personas extranjeras que se encuentren en el territorio ecuatoriano tendrán los mismos derechos y deberes que las ecuatorianas, de acuerdo con la Constitución; y en la Sección segunda: Ambiente Sano, **Art. 14.-** Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

En el capítulo cuatro de la (Constitución de la República del Ecuador, 2019) sobre los Derechos de las Comunidades, pueblos y nacionalidades se toma en consideración los siguientes artículos:

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor (p. 39).

Art. 56.- Las comunidades, pueblos, y nacionalidades indígenas, el pueblo afroecuatoriano, el pueblo montubio y las comunas forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible (p. 41).

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos,

convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

- 3.** El reconocimiento, reparación y resarcimiento a las colectividades afectadas por racismo, xenofobia y otras formas conexas de intolerancia y discriminación.
- 5.** Mantener la posesión de las tierras y territorios ancestrales y obtener su adjudicación gratuita.
- 6.** Participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen en sus tierras.
- 13.** Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto.
- 15.** Construir y mantener organizaciones que los representen, en el marco del respeto al pluralismo y a la diversidad cultural, política y organizativa. El Estado reconocerá y promoverá todas sus formas de expresión y organización.

Art. 58.- Para fortalecer su identidad, cultura, tradiciones y derechos, se reconocen al pueblo afroecuatoriano los derechos colectivos establecidos en la Constitución, la ley y los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos (p. 44).

Art. 60.- Los pueblos ancestrales, indígenas, afroecuatorianos y montubios podrán constituir circunscripciones territoriales para la preservación de su cultura. La ley regulará su conformación (p. 44).

Código Orgánico De Organización Territorial, COOTAD

Según el (Código Orgánico de Organización Territorial, COOTAD, 2018) considera los siguientes artículos:

Art. 4.- Fines de los gobiernos autónomos descentralizados. - Dentro de sus respectivas circunscripciones territoriales son fines de los gobiernos autónomos descentralizados:

e) La protección y promoción de la diversidad cultural y el respeto a sus espacios de generación e intercambio; la recuperación, preservación y desarrollo de la memoria social y el patrimonio cultural;

Art. 41.- Funciones. - Son funciones del gobierno autónomo descentralizado provincial las siguientes:

i) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad en el área rural, en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados de las parroquiales rurales;

Art. 54.- Funciones. - Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes:

a) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial cantonal, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;

b) Diseñar e implementar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;

g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo;

q) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad del cantón;

s) Fomentar actividades orientadas a cuidar, proteger y conservar el patrimonio cultural y memoria social en el campo de la interculturalidad y diversidad del cantón; y,

Art. 55.- Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal. - Los gobiernos autónomos descentralizados municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley;

h) Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.

(Código Orgánico de Organización Territorial, COOTAD, 2018).

Ordenanza Municipal del GAD de Guaranda

El (Gobierno Autónomo Descentralizado Guaranda, 2017) en su Reforma a la ordenanza que regula la organización, administración, financiamiento y desarrollo de los eventos culturales y patrimoniales del Cantón considera:

Que, el artículo 3, numerales 3 y 7, de la Constitución de la República del Ecuador determinan que “son deberes primordiales del Estado” “Fortalecer la unidad nacional en la diversidad” y, “proteger el patrimonio natural y cultural del país” (p. 1).

Que, el artículo 377, de la Constitución de la República del Ecuador determina que “El Sistema Nacional de Cultura, tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión y distribución y disfrute de bienes y servicios culturales...” (p. 1).

Que, el numeral 5, del artículo 380, de la Constitución de la República del Ecuador, establece que “Serán responsabilidades del Estado: Apoyar el ejercicio de las producciones artísticas” (p. 1).

Que, el artículo 54 literales a) y q) del COOTAD respectivamente establecen dentro de las funciones “del Gobierno Autónomo descentralizado Municipal las siguientes: promover el desarrollo sustentable de circunscripción territorial cantonal, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales”; y, “promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad del cantón” (p. 2).

Que, el artículo 377, de la Constitución de la República del Ecuador determina que “El Sistema Nacional de Cultura, tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión y distribución y disfrute de bienes y servicios culturales...” (p. 2).

(Gobierno Autónomo Descentralizado Guaranda, 2017)

Ley de Turismo

La (Ley de Turismo , 2018) en el Capítulo 1; Generalidades:

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a)** La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b)** La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c)** El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d)** La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e)** La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a)** Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b)** Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c)** Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d)** Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e)** Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Art. 57.- Las personas que ejerzan actividades turísticas tienen la obligación de entregar al Ministerio de Turismo o a sus delegados la información que permita la elaboración de las estadísticas nacionales de turismo, sujeta al principio de confidencialidad.

(Ley de Turismo , 2018)

Reglamento General de Actividades Turísticas

Según el (Reglamento General de Actividades Turísticas , 2011), en su Título VII de la Promoción Turística considera:

Art. 182.- Campañas promocionales. - El Ministerio de Turismo tendrá a su cargo la realización de campañas promocionales nacionales e internacionales, tendientes a alcanzar la creación de la verdadera imagen turística del Ecuador a nivel nacional e internacional, a fomentar el turismo receptivo, el turismo interno y el turismo social, a diversificar la oferta y propender a la integración nacional. La realización de estas campañas de promoción deberá estar basada en lo dispuesto en la Ley Especial de Desarrollo Turístico y en las políticas y lineamientos que el Ministerio de Turismo establezca periódicamente. Estas campañas a nivel internacional, y nacional se las ejecutará en los principales mercados emisores del mundo y mercados nacionales, sin lesionar la dignidad nacional ni alterar o falsear los hechos históricos o las manifestaciones de la cultura e idiosincrasia nacionales e informar con veracidad sobre los recursos y servicios turísticos que se ofrezcan. El Ministerio de Turismo dictará normas generales, para la planificación y la orientación de las actividades de promoción turística (p. 37).

Art. 183.- Medios para la promoción. - Las campañas de promoción informando a nivel nacional e internacional se las realizará entre otras a través de la participación directa en ferias internacionales, ferias nacionales, fiestas cívicas nacionales y provinciales, edición de material promocional como afiches, publicaciones, mapas, planos, audiovisuales, representaciones folclóricas y cualquier tipo de material destinado para este fin, para lo cual previamente se prepararán estudios de comercialización y difusión en todos los

mercados. Las actividades nacionales e internacionales de promoción del producto turístico del país pueden realizarse a través de la consideración de regímenes de cooperación, mediante celebración de acuerdos y convenios entre el sector público incluidos los gobiernos seccionales y el sector privado (p. 37).

Art. 186.- Colaboración del Ministerio de Turismo. - El Ministerio de Turismo podrá colaborar en la organización, supervisión, coordinación y calificación de espectáculos, congresos, excursiones, audiciones, representaciones y otros eventos tradicionales y folclóricos para atracción turística que se celebren en el país, sin perjuicio de sus facultades legales (p. 37).

Art. 187.- Colaboración interinstitucional.- Las instituciones del Estado deberán cooperar estrechamente con el Ministerio de Turismo, con el fin de crear y promover la imagen turística del Ecuador y de sus regiones (p. 37).

Art. 188.- Campañas oficiales. - El Ministerio de Turismo efectuará campañas oficiales de publicidad tendiente a fomentar el turismo en el país, así como actividades de relaciones públicas nacionales e internacionales para el cumplimiento de sus fines (p. 38).

Art. 189.- Publicaciones. - Las ediciones de afiches, folletos, guías, revistas, periódicos, fotografías, películas, videos y otros medios con fines de promoción turística, deberán ser realizados por el Ministerio de Turismo o por personas naturales o jurídicas autorizadas por éste. En las guías turísticas, aparte de la información que comúnmente se incluye en ellas, se incorporarán datos sobre la accesibilidad, para personas con discapacidades, en los medios de transporte, hoteles, restaurantes, centros culturales y deportivos, edificios y servicios públicos (p. 38).

(Reglamento General de Actividades Turísticas , 2011)

Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador al 2020

El (Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador 2020, 2007) es una propuesta liderada por el Ministerio de Turismo y ejecutada por la empresa Tourism & Leisure Advisory Services. Expone los siguientes objetivos:

1. “Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para

garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales”(p.128).

2. “Atraer una demanda turística internacional selectiva, conciente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho”(p.128).

(Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador 2020, 2007).

Capítulo 2.- Diagnóstico del sistema turístico de Guaranda

En El segundo capítulo se realizó el diagnóstico y análisis del cantón Guaranda para dar cumplimiento al objetivo uno de la investigación, para lo cual se desarrolló durante la visita de campo la ficha de Caracterización Turística de Comunidades desarrollado por (Ricaurte Quijano , 2009), la misma que servirá como guía para el inicio de este proyecto, donde se establece y se evalúa la situación de un destino en un tiempo definido; a través de la recolección de datos gracias a los resultados obtenidos se apliquen acciones o estrategias de planificación turística en un destino.

De acuerdo con (Ricaurte Quijano , 2009) respecto a lo que se debería evaluar durante el diagnóstico, generalmente esta etapa consiste en la búsqueda desorganizada y poco técnica de antecedentes y características turísticas generales del lugar de estudio, a menudo fuertemente limitada por la poca información disponible acerca de la demanda, patrones de conducta de los turistas, actitudes y capacidades de la comunidad receptora, entre otros.



Figura 5. División política DE LA PROVINCIA DE Bolívar. Adaptado de: *Alcaldía de Guaranda: Datos importantes* (Gobierno Autónomo Descentralizado Guaranda, 2019).

A continuación, se detalla los datos obtenidos de acuerdo a la ficha de caracterización turística de la comunidad:

Datos Generales.

Guaranda pertenece a la provincia Bolívar, el cantón limita al Norte con la provincia de Cotopaxi, cantón El Corazón, al Sur con el cantón Chimbo, al Oeste con el cantón Caluma, y al este la provincia de Chimborazo y Tungurahua el destino comprende una división política de tres parroquias urbanas: Gabriel Ignacio de Veintimilla, Angel Polibio Chávez y Guanujo, y 7 parroquias rurales: Salinas, Guanujo, Simiatug, San Simón, San Lorenzo, Santa Fe, Julio Moreno, Facundo Vela, San Luis de Pambil. Su superficie es de 1,824 Km² cuenta con 91,877 habitantes que representa el 26% área urbana y el 74% área rural, de acuerdo con el Informe de Censo (Gobierno Autónomo Descentralizado Guaranda, 2019).

Oferta de servicio.

En cuanto a la **oferta de servicio** que registra el catastro 2019 en el cantón cuenta con aproximadamente 15 establecimientos de alojamiento, entre ellos siete hoteles de dos estrellas y ocho hostales los siete de una estrella y uno de tercera categoría que está ubicado en Salinas de Guaranda. Con respecto los establecimientos de alimentos y bebidas cuenta con cuatro tipos, entre ellos disponen de 43 restaurantes, 15 cafeterías, 13 fuentes de soda y 8 bares, todos los mencionados anteriormente son registrados por el catastro (MINTUR, 2019). Con respecto a esparcimiento cuenta con tres discotecas y cuatro parques de atracciones. En cuanto a otros servicios relacionados cuenta con una operadora turística, dos organizadores de eventos congresos y convecciones, una sala de recepciones y banquetes, sin embarco no cuenta con, una agencia de viajes, puntos de información turística, guías, bancos, cajeros automáticos u otros, que consten dentro del catastro.

Infraestructura de servicios básicos

La **infraestructura de servicios básicos** se divide en cuatro puntos.

- Como primer punto: **Transporte y accesibilidad**, el acceso al cantón cuenta con vías pavimentadas, para el acceso al centro urbano, sin embargo, el 75%

en la parte urbana la vialidad está en mal estado, además no existen vías para llegar a varias comunidades, ya que presentan características de vías del cantón que representan 15.94% de vías de asfaltadas, 68.06% de vías de adoquinado, 8.62% de vías de lastrado y 7.39 de vías de empedrado según (Gobierno Autónomo Descentralizado Guaranda, 2019). Para llegar al destino y demás parroquias existe señalización vial en la carretera principal y señalización turística. Los transportes públicos que utilizan son buses, taxis, camionetas. En la parte urbana de Guaranda existe un terminal, las cooperativas de transporte que prestan servicios al cantón son los buses Cándida Rada, transporte Divino niño, transporte Águila Dorada, Transporte cabina Antonio Polo, también cuentan con servicios de buses interprovinciales Express Atenas, Flota Bolívar, Transporte Caluma, transporte San Pedrito, transporte 10 de noviembre, entre otros.

- Como segundo punto la **comunicación**, existe capacidad de acceso a servicios de telecomunicaciones, cuentan servicios de redes telefónicas como claro, movistar, CNT., sin embargo, no cuenta con suficiente cobertura de telefonía móvil y fija que cubra todo el cantón; falta de señal abierta de televisión en las comunidades; se dispone de una mínima cobertura del servicio de internet; y, Falta de señal satelital de televisión (Gobierno Autónomo Descentralizado Guaranda, 2019).
- Continuando con **sanidad**, el 75% del cantón dispone de agua entubada, pero no potabilizada, en cuanto al alcantarillado está dotado de alcantarillado público de tipo combinado (aguas lluvia y aguas servidas) Estas aguas provenientes de residuos de viviendas de industrias y comercios, cuyas aguas se vierten al río Guaranda sin ningún tratamiento que evite la contaminación. (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda, 2015). En la ciudad la cobertura de agua potable y alcantarillado se da a través de la empresa de agua potable y alcantarillado EMAPA-G, sin embargo la cobertura de alcantarillado en el sector rural es del 16.78%.
- Como último punto, el 90% del cantón está dotado de **energía eléctrica** a través de CNEL, dado que el servicio que brindan es realizado en base de las

líneas de alto y bajo voltaje (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda, 2015).

Gobernanza.

El Gobierno Autónomo Descentralizado cantonal de Guaranda, es la entidad que controla y regula, tiene la capacidad de ejecución de obras en la ciudad y comunidades que trabajan en coordinación con gobiernos locales y regionales como los GAD's parroquiales y Prefectura de la provincia Bolívar (Gobierno Autónomo Descentralizado Guaranda, 2019).

Actualmente el cantón cuenta con una oficina del Ministerio de Turismo encargados de la promoción de la provincia de Bolívar y sus cantones. Además, en la parroquia Salinas de Guaranda, en la parte céntrica se encuentra un Centro de Turismo Comunitario; encargados de la promoción de la misma y de ofrecer guías certificados para la realización de visitas a los atractivos y a las diferentes rutas del destino brindando así un servicio acogedor y de calidad.

El Ministerio es el eje rector que se encarga de la promoción del país, por lo tanto, la promoción del destino es competencia del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón, así como la inversión para la asignación de infraestructura y facilidades (Navarro , 2015).

Comunidad receptora.

Las principales actividades económicas del cantón según datos del censo 2010. La población se dedica: 77% a la agricultura, silvicultura, pesca; explotación de minas y petróleos, continuando con el comercio al por mayor y menor que representa 8.08%, Enseñanza 3.72%, construcción 3.41% y otras actividades de servicio comunitario y un 7,79% sociales y personales (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda, 2015). Las principales actividades productivas, rentables son agropecuarias, comercio, manufactura, industriales y turísticas. Sin embargo, los problemas sociales que pueden afectar a la industria turística son: según las necesidades de la comunidad, debido a problemas de señalética, el dominio del idioma ingles por parte de los guías, la falta de capacitación sobre la promoción turística a las empresas privadas.

Atractivos

El cantón cuenta con 20 atractivos naturales y 18 culturales los cuales se puede encontrar en el centro urbano y en sus parroquias que se detallan a continuación:

Sitios Naturales:

- El Peñón y Complejo Camilo Montenegro
- Mirador Natural Colina San Bartolo
- Mirador Natural Colina Cruz Loma
- Mirador Natural Colina San Jacinto
- Mirador Natural Colina Talalag
- Mirador Natural Colina Tillilag
- Mirador Loma de Guaranda
- Mirador Natural Colina El Calvario
- Bosque de Polylepís
- El Troje, Orillas y Cascada del Río Salinas
- Cascada de Ishpingo
- Complejo Ecológico Los Caseiches
- El Arenal y Paisaje Natural
- Laguna Las Cochas, (Puricocha y Patococha)
- Bosque de Peña Blanca
- Reserva Faunística Chimborazo
- Minas de Sal
- Laguna Cocha Colorada
- Rápidos los Caseiches

- Cuevas De Tiagua

Manifestaciones Culturales:

- Carnaval de Guaranda
- Centro Histórico de la ciudad de Guaranda
- Mirador y Centro Cultural Indio Guaranga
- Pase del Niño en la ciudad de Guaranda
- La Feria y Mercados de ciudad de Guaranda
- El Shamanismo
- El Día de los Difuntos
- Fiestas por San Pedro y San Pablo en la parroquia de Guanujo
- Yacimientos Mineros en las parroquias de Salinas y Simiatug
- Artesanía, Elaboración de Tejidos de Lana, Quesos y otros productos en la parroquia de Salinas
- Camino de la Sal y Granja Integral (Orquideario) en la parroquia de Salinas
- Fiesta de los Santos Reyes en la parroquia de Salinas
- Ruinas Arqueológicas de Guanguliquin
- La Gruta del Padre Santo
- Andinismo al Chimborazo
- Piedras Arqueológicas y Cuevas
- Artesanía, Elaboración de varios productos
- Bandas de Juegos, Música, Juegos Populares

Para realizar el diagnóstico de estos atractivos turísticos se desarrolló las fichas de inventarios de atractivos de acuerdo a la metodología dispuesta por el Ministerio de Turismo del Ecuador a continuación se presenta un resumen de estas fichas; si se desea ver las fichas completas dirigirse al Apéndice A.

Una vez realizada las fichas se determinó que de todos los atractivos existentes solo 8 cumplen con las condiciones para obtener una jerarquía que son los siguientes:

Atractivos Naturales:

- Las Minas de Sal se encuentran ubicadas en Salinas de Guaranda a 30 minutos de la cabecera cantonal, que tienen la peculiaridad de tener tres ojos de agua de los cuales dos que son de tamaño grande y uno pequeño que representan la familia; gracias a este recurso natural la parroquia extrae sal mediante un largo proceso, y este es uno de sus sustentos económicos ya que se comercializa a nivel nacional.



Figura 6. Minas de sal. Tomado de: *Página web del GAD de Guaranda.* (Gobierno Autónomo Descentralizado Guaranda, 2019).

- Los Farallones de Tiagua se encuentran a 10 minutos del poblado más cercano que es Salinas, en el cual se pueden observar variedades de flora y fauna como los arboles de polylepis que son propios de la zona y animales como los colibríes, ovejas, vacas, etc.



Figura 7. Farallones de Tiagua. Tomado de: *Página web del GAD de Guaranda.* (Gobierno Autónomo Descentralizado Guaranda, 2019).

- Reserva de Producción Faunística del Chimborazo ubicado en la parroquia Guanujo a 24 km de la cabecera cantonal en este destino podemos encontrar las vicuñas que son animales típicos de la zona y variedad de flora como; chuquiragua, quishuar, entre otras.

Atractivos Culturales

- Museo del Carnaval o también conocido como Museo de la Guitarra ya que el modelo de su infraestructura tiene el diseño de una guitarra; cuenta con 3 pisos y en cada uno de ellos con piezas culturales representativos de esta fiesta muy popular llamado “El Carnaval”.



Figura 8. Museo del Carnaval. Tomado de: *Página web del GAD de Guaranda.* (Gobierno Autónomo Descentralizado Guaranda, 2019).

- Museo del Indio Guaranga ubicado a 10 minutos del centro urbano del cantón; cuenta con un gran monumento que representa la fortaleza incaica y en el podemos encontrar un mirador y un museo de tipo arqueológico en el que se puede observar reseñas históricas de la independencia de Bolívar y objetos que hicieron historia con más de 3700 años de antigüedad.

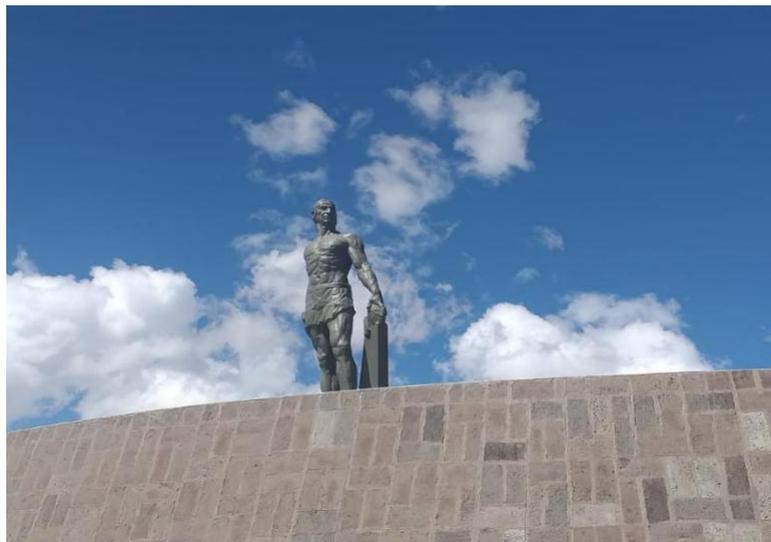


Figura 9. Museo Cultural del Indio Guarango. Tomado de: *Página web del GAD de Guaranda.* (Gobierno Autónomo Descentralizado Guaranda, 2019).

- Centro Histórico de la Ciudad de Guaranda es caracterizado por las edificaciones históricas de la arquitectura de antaño, mismas que son conservadas para su exposición social y cultural declarada, así como Patrimonio Cultural de la Nación al área histórica de la ciudad. Actualmente dichas edificaciones funcionan como edificios de oficinas, negocios, restaurantes, viviendas, entre otros.



Figura 10. Centro Histórico de la Ciudad de Guaranda. Tomado de: Página web del GAD de Guaranda. (Gobierno Autónomo Descentralizado Guaranda, 2019).

- Iglesia de la Catedral San Pedro de Guaranda está ubicada en la plaza central, misma que forma parte del centro histórico por su arquitectura y fachada que está hecha de piedra labrada, además, su estilo neoclásico que realzan distintas tendencias desde lo romántico hasta lo gótico. En su interior se pueden apreciar reliquias muy conservadas, distintos cuadros de santos y tallados en madera.



Figura 11. Iglesia de la Catedral San Pedro de Guaranda. Tomado de: *Página web del GAD de Guaranda.* (Gobierno Autónomo Descentralizado Guaranda, 2019).

- Fabrica del queso ubicada en Salinas de Guaranda, empezó a fabricar quesos desde 1978 con la marca “Salinerito”; actividad que actualmente es el sustento más importante para 200 familias productoras de lecha y para la parroquia como tal. Tienen una gran gama de productos que se caracterizan por su aroma, sabor y el tiempo de período de conservación del queso.



Figura 12. Fábrica del queso. Tomado de: *Página web El Salinerito.* (El Salinerito, 2019).

- Fábrica de confites o también conocido como fábrica del chocolate ubicada en Salinas de Guaranda, empezó su actividad en el año 1992 y forma parte de la marca “Salinerito”; elabora una amplia gama de chocolates artesanales utilizando el cacao nacional ecuatoriano o también llamado “Nacional fino de Aroma”, materia prima que caracteriza al chocolate por su rico aroma, sabor y diferentes confites.



Figura 13. Fábrica de confites o fábrica de chocolate. Tomado de: *Página web El Salinerito*. (El Salinerito, 2019).

Tabla 3

Atractivos Turísticos del Cantón Guaranda

Nombre Del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Ubicación (Parroquia)	Jerarquía
Minas de sal	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Obras de ingeniería	Salinas de Guaranda	II
Farallones de Tiagua	Atractivos naturales	Montaña	Baja Montaña	Salinas de Guaranda	II
Museo del Carnaval	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Infraestructura cultural	Ángel Polibio Cháves	III
Museo del Indio Guaranda	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Infraestructura cultural	Gabriel Ignacio Veintimilla	III
Iglesia la Catedral	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica/Vernácula	Gabriel Ignacio Veintimilla	II
Centro histórico	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Área histórica	Gabriel Ignacio Veintimilla	II
Fábrica de Quesos	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros industriales	Salinas de Guaranda	II
Fábrica de confites	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros industriales	Salinas de Guaranda	II

Luego de la revisión del trabajo de campo se puede concluir que las parroquias: San Luis de Pambil, Facundo Vela, Simiatug, Julio E. Moreno, Santa fé, San Simón y San Lorenzo no presentan utilidad turística significativa debido a que los atractivos turísticos que éstas presentan no llegan al nivel de recursos o son atractivos aislados que por sí solos no generan desplazamientos internos ni de los turistas que llegan a

Guaranda, es decir, no cumplen con las condiciones y requisitos necesarios que pide el Ministerio de Turismo para ser considerado como un atractivo. A pesar de ello las parroquias Guaranda y Salinas cuentan con 8 atractivos naturales y culturales de los cuales 6 poseen una jerarquía tipo II y 2 son de jerarquía III, lo cual de acuerdo a la teoría estos podrían generar desplazamiento de turistas nacionales, extranjeros, internos y de las zonas cercanas.

Los atractivos antes mencionados podrían ocasionar más visitas siempre y cuando la infraestructura esté en buenas condiciones y aptas para que el turista realice paseos, visitas y estadías en el cantón. Un ejemplo muy claro sobre estos cambios puede ser el Monumento del Indio Guarango ya que actualmente en sus paredes es notoria la presencia de vandalismo y daños climáticos como la humedad, que provoca que la pintura de dicho atractivo se salga. Además, la falta de señaléticas en cada uno de los atractivos es inexistente, razón por la cual los visitantes que llegan e incluso las personas que viven en el cantón desconozcan de estos sitios y no se logre una actividad turística como tal.

Guaranda actualmente es considerado como un destino de estadía, aventura, de ocio, recreación y de manifestaciones socioculturales lo que le permite al cantón tener un soporte de calidad y una buena oferta turística. Cabe destacar que uno de los feriados más importantes para el cantón son las fiestas del Carnaval lo cual genera gran demanda turística siendo esta manifestación uno de los picos más altos; sin embargo, durante esta temporada la planta turística no abastece para la cantidad de personas que llegan a estas fiestas, lo que provoca el uso de infraestructura no turísticas como Airbnb por parte de los visitantes.

Es importante mencionar que dentro de la fecha de este estudio no se pudo hacer un levantamiento de ficha de jerarquización sobre la manifestación cultural denominado “El Carnaval” ya que estas fiestas se realizan en los meses de febrero o marzo en su gran mayoría.

Además, la Casa de la Cultura de Guaranda juega un papel muy importante ya que realizan convenciones, obras de teatro, etc; que generan estadía por parte de los participantes de dichas actividades; en el transcurso del trabajo de campo se presencié un musical por parte de actores mexicanos que hicieron uso de estas instalaciones y provocó llegada por parte de las personas que viven en el sector y de los amantes del arte. Es por esta razón que Guaranda debería de fortalecer las actividades culturales

programadas con las debidas difusiones del caso para generar interés movimiento y desplazamiento.

También es notable el desinterés por parte de las entidades públicas de promocionar todos los atractivos que el cantón posee ya que, solo se encargan impulsar las festividades del Carnaval o la ruta de las empresas; de la misma manera, la planta turística no hace uso de campañas publicitarias, por falta de conocimiento sobre las plataformas digitales o medios de publicidad lo que ocasiona que las personas que llegan de visita no sepan donde alojarse o que actividad realizar durante el tiempo de su estadía.

Capítulo 3.- Metodología

Para el presente trabajo de investigación se usará como soporte metodológico, los modelos de elementos de estudio de Smith en el propone la participación del cliente, Boullon se enfoca en la relación entre la oferta y la demanda del destino y Veblen se basa en el comportamiento de la sociedad o consumidor; por otra parte se aplicará la teoría del sistema turístico para la propuesta de diseño de producto turístico en el cantón de Guaranda, Provincia de Bolívar.

Diseño de investigación

Según (Hernández Sampieri , Fernández Collado , & Baptista Lucio , 2014) “el diseño de investigación se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema” (p. 128).

Para el siguiente estudio se tomará en cuenta un diseño de investigación experimental como lo explica (Hernández Sampieri , Fernández Collado , & Baptista Lucio , 2014) los diseños experimentales se utilizan cuando el investigador pretende establecer el posible efecto de una causa que se manipula. Se refiere a un estudio en el que se manipulan intencionalmente una o más variables independientes (supuestas causas antecedentes), para analizar las consecuencias que la manipulación tiene sobre una o más variables dependientes (supuestos efectos consecuentes), (p.129).

Tipo de Investigación exploratoria

Para este proyecto el tipo de investigación a usar será el exploratorio ya que permite examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen dudas o no se ha investigado antes. Además, los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, indagar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados. (Hernández Sampieri , Fernández Collado , & Baptista Lucio , 2014).

Enfoque mixto

El tipo de enfoque a utilizar para este proyecto será el enfoque mixto, ya que se realizarán recolección de datos cuantitativos y cualitativos es decir, encuestas y entrevistas a las personas que han visitado el Cantón durante los últimos 5 años y a los que residen en el mismo.

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández Sampieri , Fernández Collado , & Baptista Lucio , 2014).

En su estudio (Hernández Sampieri , Fernández Collado , & Baptista Lucio , 2014) hace referencia a los autores Lieber y Weisner donde señalan que los métodos mixtos “capitalizan” la naturaleza complementaria de las aproximaciones cuantitativa y cualitativa. La primera representa los fenómenos mediante el uso de números y transformaciones de números, como variables numéricas y constantes, gráficas, funciones, fórmulas y modelos analíticos; mientras que la segunda a través de textos, narrativas, símbolos y elementos visuales. Así, los métodos mixtos caracterizan a los objetos de estudio mediante números y lenguaje e intentan recabar un rango amplio de evidencia para robustecer y expandir nuestro entendimiento de ellos.

Población

Para (Hernández Sampieri , Fernández Collado , & Baptista Lucio , 2014) “La población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p. 174). En ese sentido la población de interés va orientado a los turistas que visitan el cantón Guaranda, con el fin de alcanzar el mercado objetivo.

Muestra

De acuerdo a (Hernández Sampieri , Fernández Collado , & Baptista Lucio , 2014) la muestra es un subconjunto de elementos que son parte del conjunto definido con características similares al que llamamos población, es decir es un subgrupo de la población total. Para determinar el segmento de la población se utiliza el tipo de

muestra no probabilística el mismo que subdivide en muestreo por conveniencia, de acuerdo a (Benassini, 2014) en este tipo de muestra la población seleccionada tiene componentes homogéneos son accesibles o fáciles de medir. De esta manera para obtener la muestra que representa a los turistas al cantón Guaranda se utilizó la fórmula de población finita para establecer el número de encuestas a realizar, aplicando la siguiente ecuación:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2}$$

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{481.617 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2}$$

$$n = \frac{481.617 * 3,84 * 0,5 * 0,5}{0,0025}$$

$$n = \frac{462,352}{0,0025}$$

$$n = 184.940,8$$

$$n = 384$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población (481.617 turistas en el cantón Guaranda en el año 2018, datos obtenidos del GeoVit)

Z= Nivel de confianza (95%) que equivale a 1,96

p= Probabilidad a favor (0.5)

q= Probabilidad en contra (0.5)

e= Margen de error (5%)

Teniendo en cuenta que el cálculo del tamaño de la muestra es de 384 encuestas, a pesar de que obtuvo ese resultado se efectuaron un total de 396 encuestas, de las cuales se realizaron a visitantes de las ciudades de: Quito, Ambato, Riobamba y Guayaquil, dado que según datos del (MINTUR, 2018), son los turistas que visitan en su mayoría el cantón.

El diseño de las preguntas para la encuesta está dirigida para personas que visitan Guaranda con mayor frecuencia, quienes aportarán datos específicos sobre las actividades que realizaron; se hicieron preguntas sobre: nivel personal, con que frecuencia visita el cantón, el tipo de servicio turístico utilizado, los atractivos visitados, con que frecuencia visita el destino, en que temporada viaja, cuanto es el gasto promedio, continuando con la importancia de la motivación, mediante la calificación basada en la escala de Likert el cual es “diseñada para medir actitudes es un instrumento psicométrico basada en la validez y confiabilidad donde el encuestado expresa su grado de acuerdo o desacuerdo o indecisión sobre un conjunto de aseveraciones (items) (Rodriguez Cano , 2019).

Entrevistas no estructurada

“Uno de los rasgos más representativos de la entrevista no estructurada es el de no establecer previamente las preguntas ni confeccionar guiones” según Valles, lo importantes es poder plantear temas de interés, para que el entrevistado puede tener confianza y hable libremente logrando así una buena comunicación (Trindade, 2017)

Dentro de la investigación se realizó 7 entrevistas no estructuradas de las cuales la primera entrevista fue a la persona encargada del Ministerio de Turismo de la provincia de Bolívar, como segunda entrevista se entrevistó al encargado de el área de turismo del GAD Municipal, como tercera entrevista Coordinador del turismo comunitario de la parroquia Salinas y por último a los dueños de los establecimiento de 2 hoteles y 2 hotales.

Coordinador del departamento de Turismo de Guaranda

El GAD Cantonal es la entidad que regula y controla, además se realizan actividades de capacitaciones para los prestadores de servicios turísticos que se lleva a cabo en las instalaciones de la universidad de Bolívar. Los actores principales son las empresas privadas encargados del buen funcionamiento de sus establecimientos de

tal modo que la parte gastronómico, restauración , hotelería y áreas recreativas, se ocupen de la publicidad, del buen estado de las instalaciones, que son parte del cantón, además se encuentra registrado guías locales y nacionales en el catastro 2019 que prestan servicios de guianza turística, en efecto todos los servicios prestados, tanto por empresas privadas, como por parte del personal del área de turismo son fundamentales para el destino turístico, de modo que Guaranda necesita de un producto Turístico para que genere más turistas.

Guaranda tiene que ser reconocido como turismo de aventura, ya que tienen una amplia oferta de lugares que deben ser visitados como, por ejemplo: Nevado el Chimborazo, Salinas de Guaranda, Cochas Colorada éste en particular cuenta con rocas para escalar actualmente están trabajando en cinco rutas para realizar la actividad de escalada. El turismo es un proceso lento, sostenible, planificado que dinamiza la economía.

Ministerio de Turismo de la provincia de Bolívar

El Ministerio de Turismo se encarga de la promoción el destino como Bolívar, el GAD Cantonal es responsable de promocionar el cantón y las actividades que realizan, sin embargo, el área de turismo le dan poca importancia, de forma que el dinero gestionado es empleado en fiestas del catón.

El Turismo un 80% es posible mediante las empresas privadas los dueños de hoteles, restaurantes, emprendimientos, eventos, festivales, de tal manera que no se empoderan de lo que tienen y no realizan promoción de su establecimiento, tampoco un respectivo mantenimiento, si buscan hoteles en redes sociales como Facebook su cuenta es muy básica y unas fotos desagradables que causa temor quedarse, pero también existe 2 o 3 hoteles que realizan promoción mediante paginas como Booking.

Es importante mencionar que Guaranda presenta demanda turística en el feriado del carnaval, pero no cuenta con planta turística para recibir a 120.000 turísticas, ya que actualmente se dispone de 1.324 plazas en todo en la provincia, la infraestructura hotelera pasa llena, casa de familiares, moteles ,etc. Es difícil atender a toda esta demanda que es la temporada del carnaval, al igual que restaurantes, bares y discotecas y todo lo que comprenda la plata turística, por esta razón la plataforma del Geo-Vit es una herramienta digital fundamental que registra el número de visitantes

que se quedan a dormir con datos reales, que se mide por variables como el número de viajes que realizan, ya que estas variables identifican al turista verdadero.

La municipalidad no cuenta con un plan de desarrollo turístico, se encarga de promocionar las fiestas del carnaval, pero la inversión que efectúan por publicidad debería utilizarse para organizar el cantón, ya que la publicidad de estas fechas en particular no es necesario, puesto que las festividades ya son reconocidas, existe irregularidades y poco control en esta temporada, las personas de otros lugares llegan a vender comida en la calle, se puede apreciar busetas que venden comida en tarrinas y la presencia de excesivos puestos de comida, dado que se puede presentar intoxicaciones en los turistas, esta situación perjudica la fiesta cultural.

Otra fecha importante es el feriado de noviembre, debido a que tiene un flujo alto de turistas que llegan por el festival del queso en la parroquia Salinas, se puede decir que lo más alto que han llegado es 12.000 turistas durante los tres días del festival, no es que se quedan solo son visitantes es decir van llegan, comen, compran y no usan de instalaciones hoteleras.

Como recomendación para su proyecto de un producto turístico, se pueda realizar en las fechas de noviembre, ya que esta determinada con gran frecuencia de turistas por el motivo del festival, otra fecha interesante es en el mes de agosto o en época de verano por el clima y la temperatura más fresca.

Coordinador del departamento de Turismo de Salinas de Guaranda

El nombre de Salinas, se debe a la presencia de las minas de sal, tiene alrededor de 50 años de su desarrollo de la comunidad, hasta la actualidad él pueblo protege sus costumbres y tradiciones, gracias a la unión y participación de las personas de la comunidad se hace posible que Salinas sea independiente y con muchos emprendimientos, de tal forma que cuentan con alrededor de 28 microempresas, dedicada a la industrialización de la leche, cacao, lana, fruta, entre otros productos.

La administración de esta coordinación empezó hace seis meses, en la cual se ha realizado promoción de Salinas, es importante mencionar que el centro de turismo comunitario es el encargado de realizar y promocionar actividades turísticas, además ofrecen servicios de guianza. La parroquia cuenta con variedad de lugares naturales para visitar como los farallones de Tiagua, la roca del sombrero rumi, las minas de sal

entre otros, en las cuales pueden realizar actividades de senderismo, ciclismo, además, aprovechando la cercanía del Chimborazo se realizan actividades de trekking.

Salinas tiene llegada de turistas nacionales e internacionales, una de las fechas importantes es el festival del Queso que se realiza el 3 y 4 de noviembre y en el Feriado del Carnaval, sin embargo, durante todo el año tiene poca afluencia de visitantes.

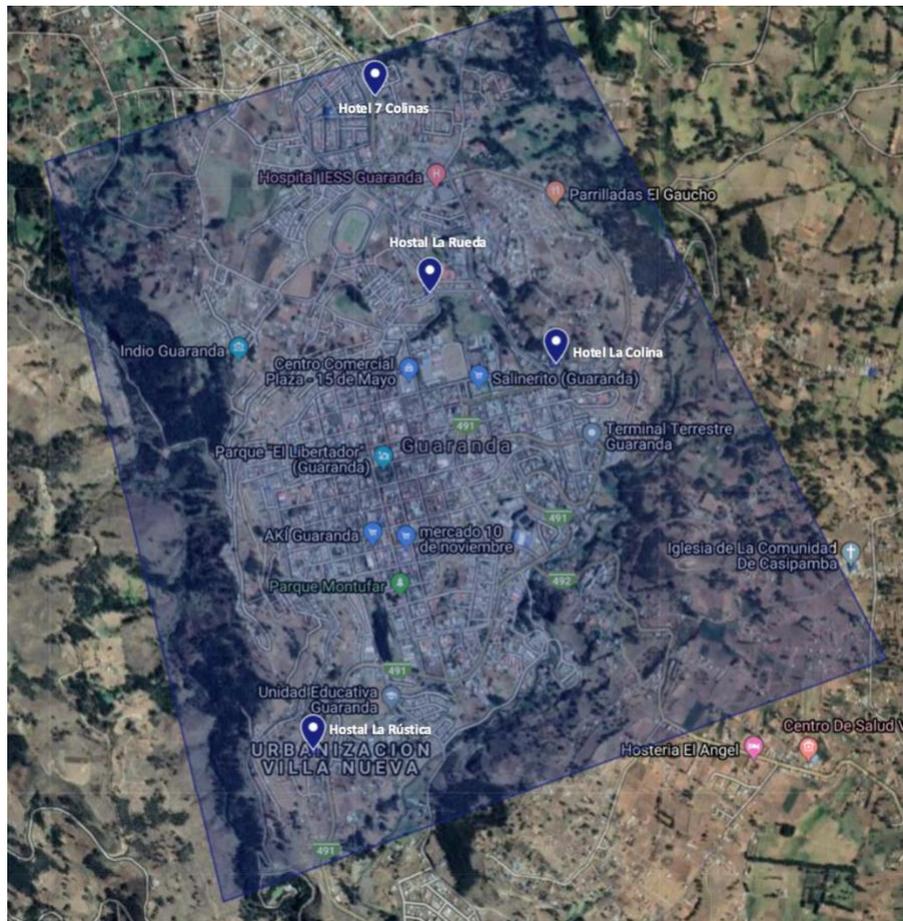


Figura 14. Mapa de ubicación de hoteles entrevistados.

De acuerdo al Catastro Nacional 2019 (MINTUR, 2019) se identificó la siguiente oferta turística legal de alojamientos de la Cabecera Cantonal y de Salinas: Marquez, El angel, Ejecutivo la bahia, Tambo del libertador, 7 colinas, Spa oasis, Spa d' sol, Refugio salinas, La colina, Hostal la rueda, Colonial, de los cuales cuatro de estos establecimientos aceptaron colaborar con las entrevistas no estructuras que se detalla a continuación:

Hotel la Colina

La dueña del hotel manifestó que el establecimiento tiene ocupación alta durante el feriado del Carnaval, sin embargo, durante todo el año tiene una estacionalidad buena, es decir, el hotel siempre tiene llegada de visitantes. Los clientes que hacen uso de este establecimiento son familias o parejas, ya sean por motivos de trabajo, ocio, religioso o de entretenimiento.

El establecimiento tiene en funcionamiento alrededor de 40 años; la publicidad que utilizan es por promoción del boca a boca por las recomendaciones de las personas que han hecho uso del hotel también, hacen uso de las redes sociales para promocionar el establecimiento, y por redes sociales como facebook, sin embargo, el dueño expresó que, la publicidad es muy costosa y ellos prefieren no pagar a programas televisivos, ni radio,

Hotel la rustica

La propietaria del establecimiento manifestó que trabajan en conjunto con una compañía internacional llamada Boooking, la cual, permite que el hotel tenga reservaciones todo el año y llegada constante de visitantes; el hotel no realiza ningún tipo de publicidad o promoción alguna ya que, la dueña indica que para ella es difícil aprender sobre las plataformas digitales o páginas web.

Hostal 7 colinas

La propietaria del establecimiento menciona que la ocupación del establecimiento es alta durante el feriado del carnaval; ellos realizan publicidad por medio de radios y redes sociales como facebook. Los clientes que hacen uso de este establecimiento son ejecutivos, parejas y familias, además, la dueña expresa que el hostal es acogedor brinda servicios como estacionamiento, internet, alimentos y bebidas, etc.

Hostal la Rueda

El propietario del hotel comenta que tiene un año de apertura, en el cual la ocupación ha sido alta en los distintos feriado del año y durante las fiestas del Carnaval. El establecimiento realiza publicidad por redes sociales, página web, Booking y Expedia; en la actualidad también mantienen acuerdos con agencias de

viajes y tienen convenio con un equipo de futbol que llegan para campeonatos y ellos tienen una estadía de 4 meses durante los fines de semana.

Resultado de las encuestas

Las encuestas fueron dirigidas a las personas que han visitado Guaranda durante los últimos cinco años, en la cual se pretende determinar la situación actual en base a la experiencia de visita al lugar.

De acuerdo al número de la población, el tamaño de la muestra es de 384; número el cual se toma como referencia para realizar la cantidad de encuestas; el trabajo de campo tuvo un período de tiempo de un mes, específicamente en el mes de Diciembre del 2019.

Para realizar la encuesta se tomo como referencia a (San Martín Gutierrez , 2005) pues expone un modo de encuesta utilizando la escala de likert, de la misma manera a (Yoon & Uysal , 2005) y a (Wang & Hsu, 2010) que fueron factores claves para la metodología de este proyecto.

Resultados de la encuesta

Genero de los Encuestados:

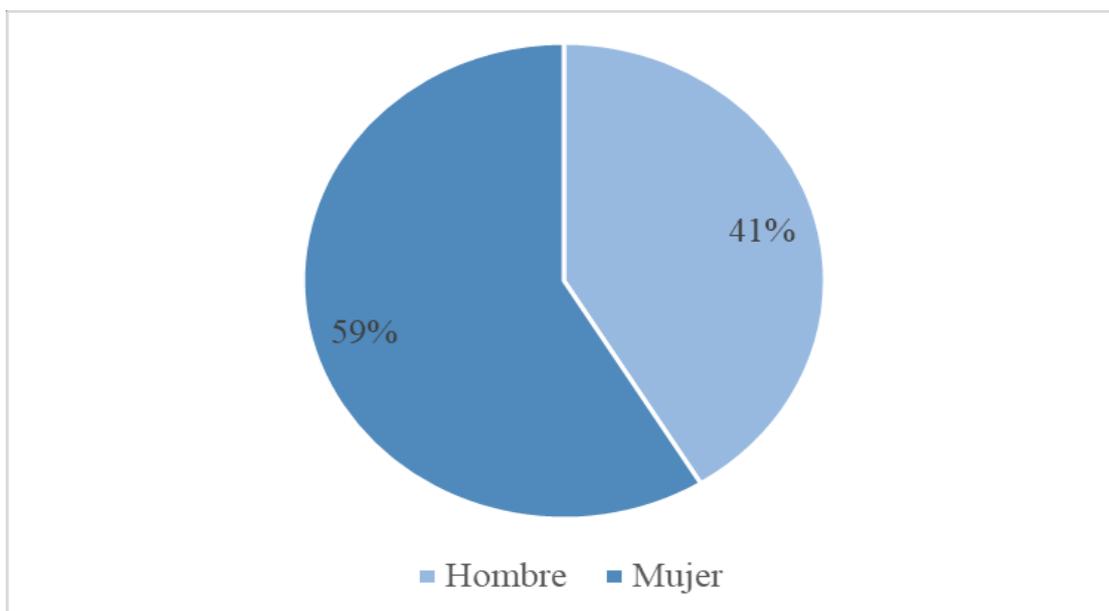


Figura 15. Género de los encuestados.

Según la encuesta realizada a las personas que visitaron el cantón Guaranda; refleja que en su mayoría con un 59% son mujeres y el 41 % son hombres; esto

indica que tanto hombres como mujeres han viajado al Cantón Guaranda en los últimos 5 años.

Edad de los encuestados:

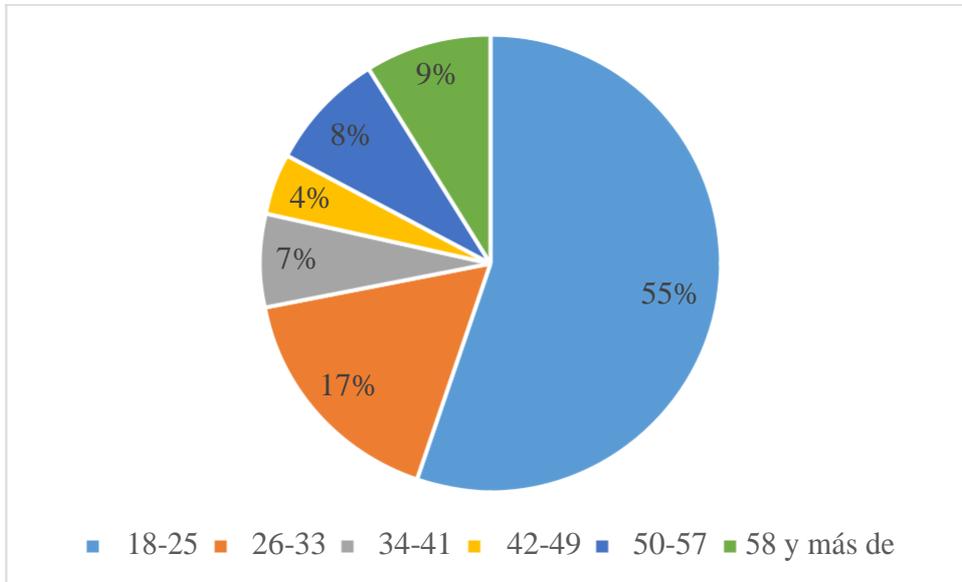


Figura 16. Edad de los encuestados.

En base a la muestra de la encuesta realizada, participaron personas de 18 y 58 años y más de, por esta razón se procedió a agrupar los resultados en porcentajes el cual indica que de las personas encuestadas el 55% siendo los jóvenes el valor más alto que corresponde a las edades entre 18-25 años, seguido de personas entre 26 -33 años quienes equivalen al 17% de encuestados, de la misma manera el 9% corresponde a las edades de 58 y de más de esa edad.

Lugar de Residencia de los encuestados

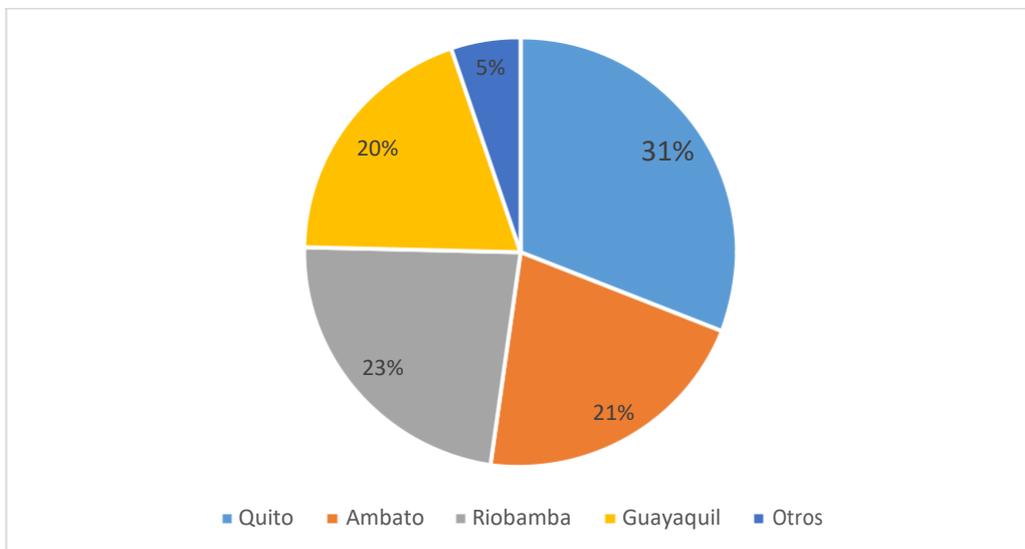


Figura 17. Lugar de residencia de los encuestados.

De las personas encuestadas se determina que el 31% de las personas que visitaron Guaranda en los últimos 5 años residen en Quito, mientras el 23% de turistas son de Riobamba, de la misma manera el 21% son de Ambato, el 20% son visitantes de Guayaquil y finalmente el 5% correspondiente a otro lugar de residencia.

Nivel de educación de los encuestados

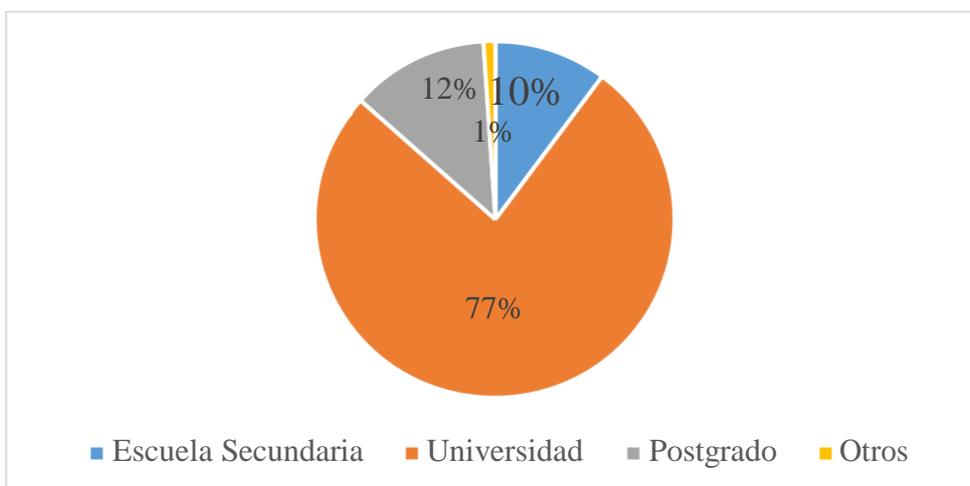


Figura 18. Nivel de educación de los encuestados.

De acuerdo a las personas encuestadas sobre el nivel de educación de los entrevistados el 77% siendo este el valor mayoritario corresponde a personas con educación secundaria mientras que el 12% de los encuestados tienen un Postgrado y el 10% de los encuestados son universitarios.

Ocupación de los empleados

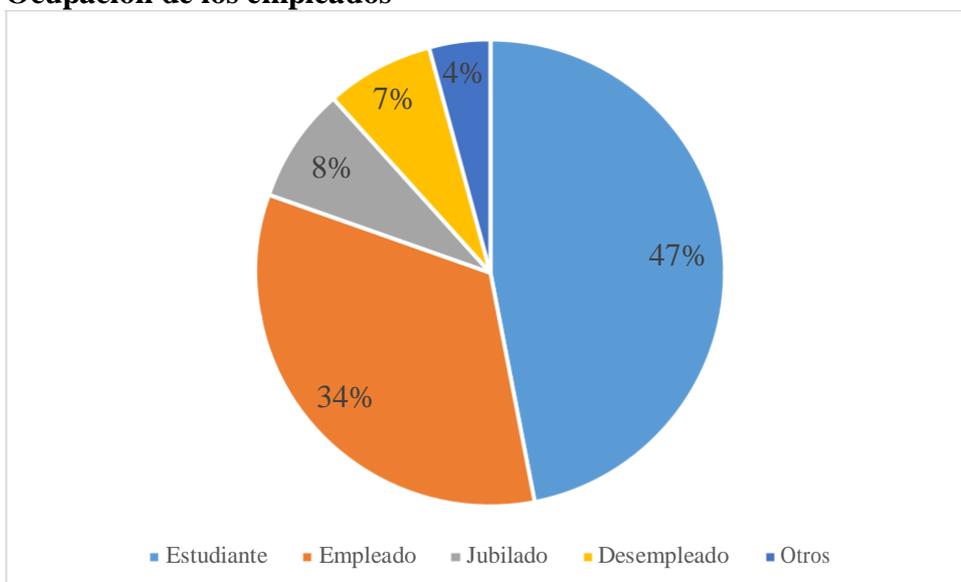


Figura 19. Ocupación de los encuestado.

De acuerdo con las encuestas realizadas, de los 384 encuestados el 47% tienen como ocupación estudiante y el 34% son empleados, mientras que el 8% son jubilados y el 7% de las personas encuestadas son desempleadas.

Ingreso mensual de los encuestados

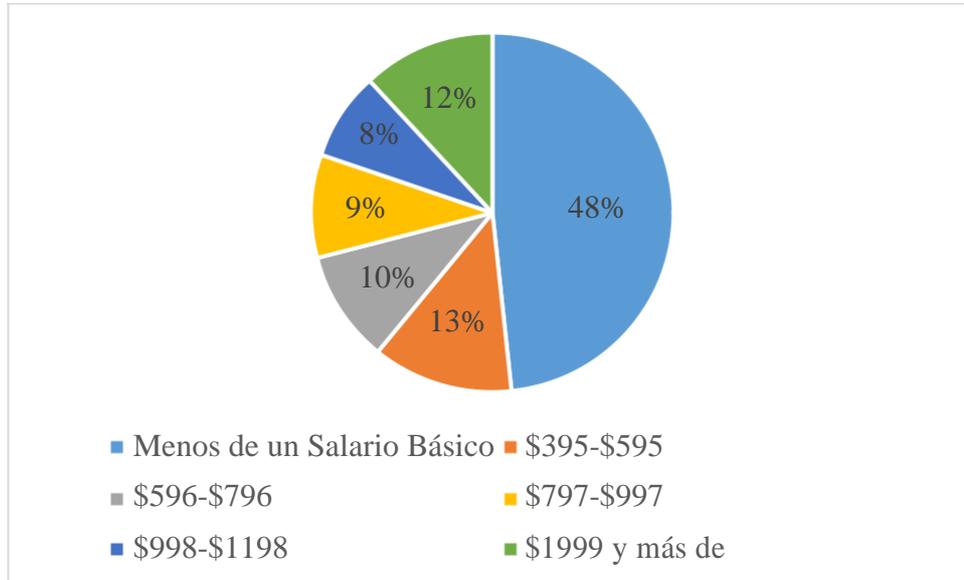


Figura 20. Ingreso mensual de los encuestados.

Según la encuesta realizada a 384 personas, el 48% tienen un ingreso mensual menor al de un salario básico que corresponde a \$394 en el año 2019, y el 13% un ingreso que va desde los \$395 y los \$595, mientras que el 12% tiene un sueldo \$1999 y más de dicho valor.

Frecuencia de visita al cantón Guaranda en los últimos 5 años



Figura 21. Frecuencia de visita al cantón Guaranda en los últimos 5 años.

Según la encuesta realizada a personas en base a su visita al cantón Guaranda durante estos últimos 5 años, el 40% realizaron una visita ocasional, mientras que el 21% una vez al año y el 18% realizan visitas de dos a tres veces al año, de la misma manera el 5% han visitado cuatro veces al año y finalmente el 16% ha viajado más de 5 veces al año.

Periodo de tiempo que el encuestado viajó a Guaranda

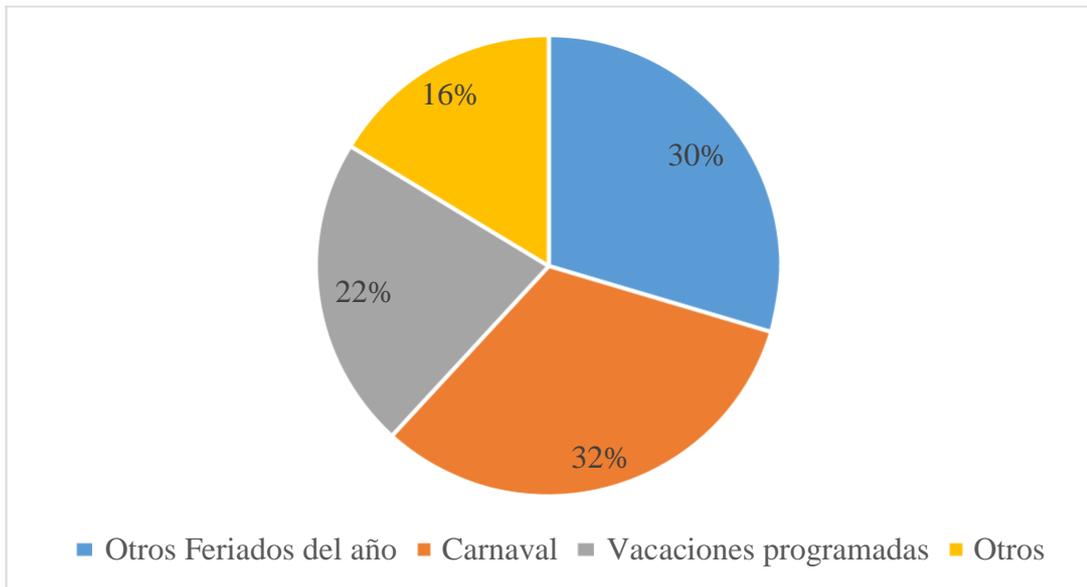


Figura 22. Periodo de tiempo que el encuestado viajó a Guaranda.

En esta pregunta se pretende conocer el periodo de tiempo en el que las personas viajaron a Guaranda por esta razón que se realizaron 384 encuestas y los resultados son: 32% viajaron en el feriado de carnaval, mientras que el 30% viajó en los otros feriados que existen durante el año y el 22% programó sus vacaciones en el cantón y el 16% viajaron en otro periodo de tiempo.

Motivaciones para visitar Guaranda

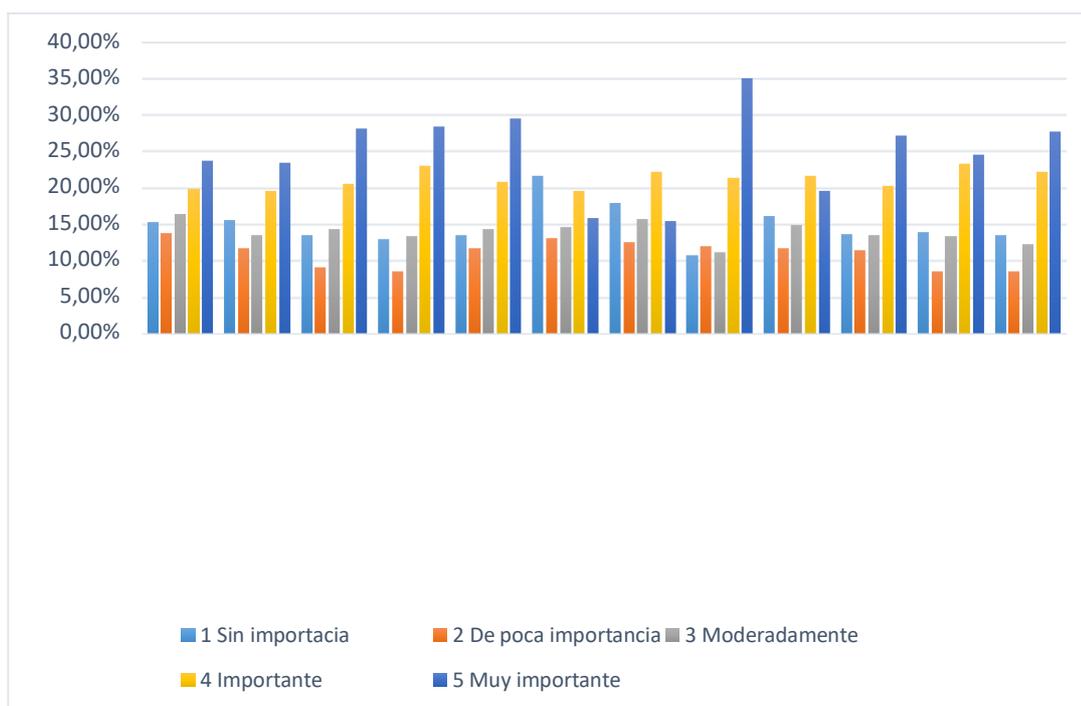


Figura 23. Motivación de los turistas para visitar Guaranda.

Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas dan como resultado que el 35% de los encuestados selecciono que es muy importante viajar pasar un rato agradable en familia y amigos mientras que el 30% lo motiva el entorno natural, de igual manera el 28% para escapar de la rutina diaria y el 26% para descubrir nuevos lugares

Tabla 4

Motivación de los turistas para visitar Guaranda

	1 Sin importancia	2 De poca importancia	3 Moderadamente	4 Importante	5 Muy importante
Descansar / Relajarse	15,26%	13,80%	16,41%	19,79%	23,70%
Para aliviar el estrés y la tensión	15,53%	11,72%	13,54%	19,53%	23,44%
Para escapar de la rutina diaria	13,42%	9,11%	14,32%	20,57%	28,13%
Para descubrir nuevos lugares	12,89%	8,59%	13,28%	22,92%	28,39%
Conocer su entorno natural (avistamiento de)	13,42%	11,72%	14,32%	20,83%	29,43%

flora y fauna, montañas, áreas naturales) Explorar el patrimonio histórico y cultural (museos, cuevas, iglesias) Conocer sus culturas y formas de vida					
Para conocer gente nueva	21,58%	13,02%	14,58%	19,53%	15,89%
Integrarme en la vida y las actividades de la gente local	17,89%	12,50%	15,63%	22,14%	15,36%
Para pasar un rato agradable con familiares y / o amigos	10,79%	11,98%	11,20%	21,35%	34,90%
Para buscar aventuras (senderismo, cabalgata, ciclismo, escalada)	16,05%	11,72%	14,84%	21,61%	19,53%
Acercarse a la naturaleza	13,68%	11,46%	13,54%	20,31%	27,08%
Para buscar diversión y entretenimiento	13,95%	8,59%	13,28%	23,18%	24,48%
Para vivir experiencias emocionantes	13,42%	8,59%	12,24%	22,14%	27,60%

Considera usted a Guaranda como un destino turístico

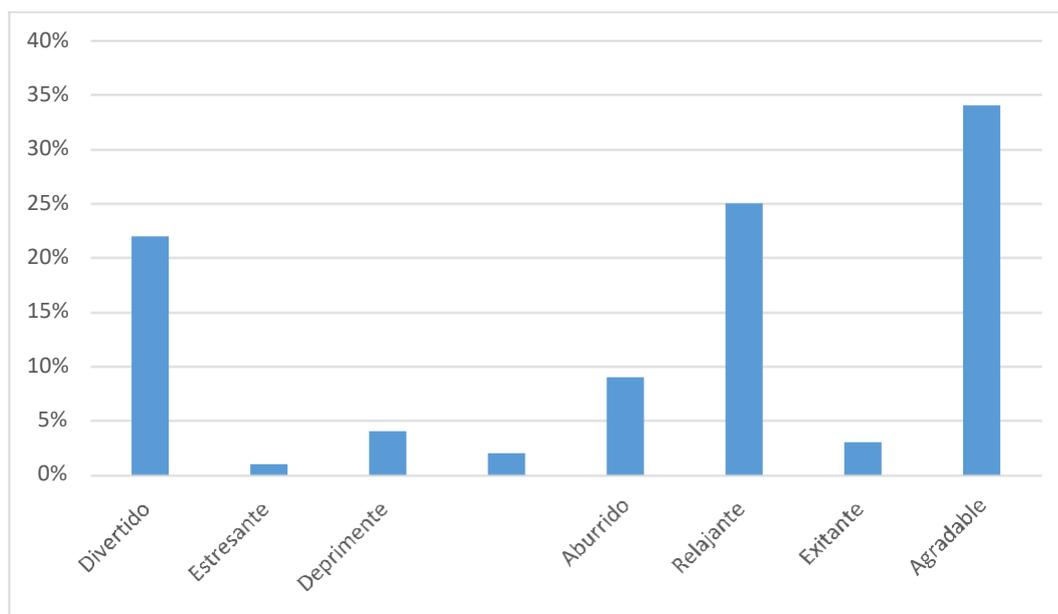


Figura 24. Considera usted a Guaranda como un destino turístico.

En la siguiente pregunta de la encuesta realizada se accedió a que los encuestados puedan elegir algunas opciones con un máximo de 3 respuestas ya que se pretende conocer como considera el turista a Guaranda como destino turístico, teniendo en cuenta que el 34% opina que el cantón es un destino agradable, mientras que el 25% menciona al destino como un lugar relajante y el 22% que es divertido.

Seguridad en Guaranda



Figura 25. Seguridad en Guaranda.

De las 384 personas encuestadas el 94% considera que Guaranda es destino tranquilo y seguro para visitar, mientras que el 6% considera lo contrario.

De acuerdo a la pregunta anterior argumente su respuesta

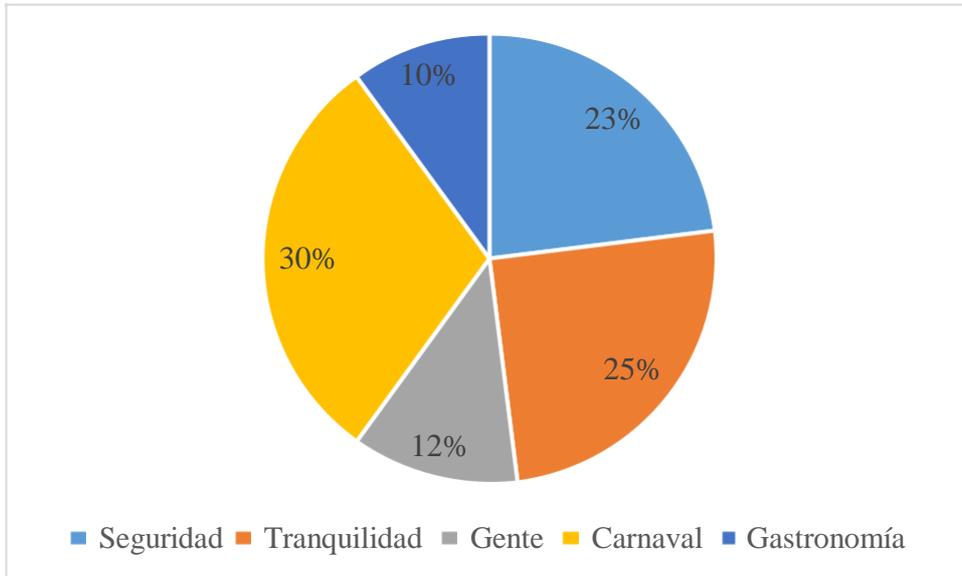


Figura 26. Argumentación de respuesta.

De acuerdo a la pregunta anterior el propósito de esta interrogante es conocer la opinión de los encuestados en base a la seguridad y tranquilidad, por lo que se graficó toda las opiniones clasificando en 5 variables, cada una de ellas dando como resultado que el 23% de los encuestados considera que Guaranda es lugar seguro, mientras que el 25% opina que el cantón en un lugar tranquilo para visitar, de igual forma el 12% mencionó la calidez de su gente, el 30% realza las fiestas del Carnaval y finalmente el 10% acude a este destino por su gastronomía.

Lugares que el encuestado visitó durante su estadía

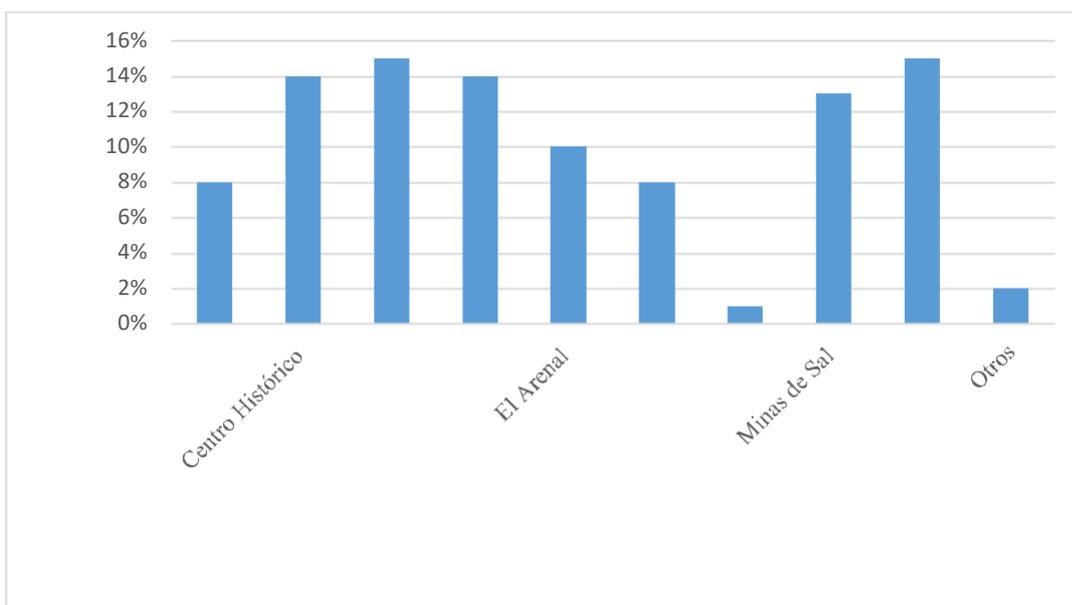


Figura 27. Lugares que el encuestado visitó durante su estadía.

Esta pregunta emitió resultados muy importantes ya que se les pregunto a las personas que han viajado al cantón Guaranda cuales fueron los sitios naturales o culturales que visitaron durante su estadía en el destino dando como resultado que el 8% han ido al Museo del Indio Guarango, de igual forma el 8% visitaron el Museo del Carnaval, así mismo el 14% visitó el Centro Histórico, el 1% han viajado a los Farallones de Tiagua, el 15% hicieron la ruta de las fábricas(queso y confites) , de la misma manera el 13% viajaron a las minas de sal, el 14% de los encuestados mencionan que acudieron al Santuario de la Virgen del Huayco, el 15% han estado en las Fiestas del Carnaval y el 10% visitaron el Arenal.

Alojamiento que el encuestado utilizó durante su visita a Guaranda

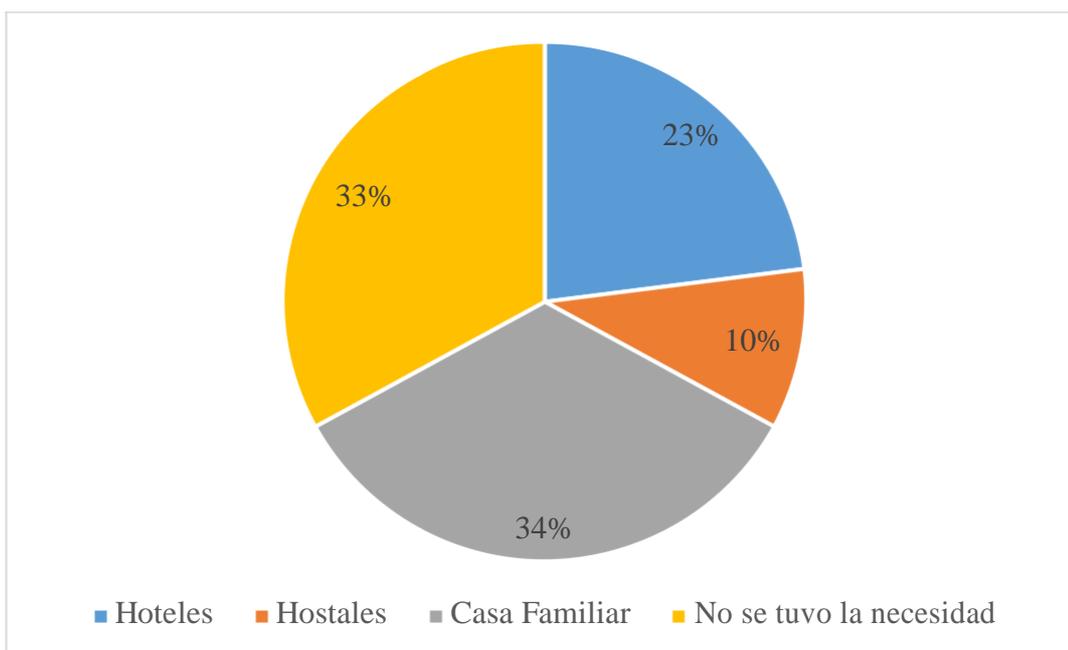


Figura 28. Alojamiento que el encuestado utilizó durante su visita a Guaranda

Para la siguiente pregunta se intenta determinar qué medio de alojamiento utilizó el encuestado durante su estadía. Según el resultados de 384 encuestas el 34% hicieron uso de casa de familiares en su visita, mientras que el 33% no tuvo la necesidad de requerir ningún tipo de alojamiento, y finalmente el 23% utilizaron hoteles del cantón.

Noches que el encuestado durmió en Guaranda

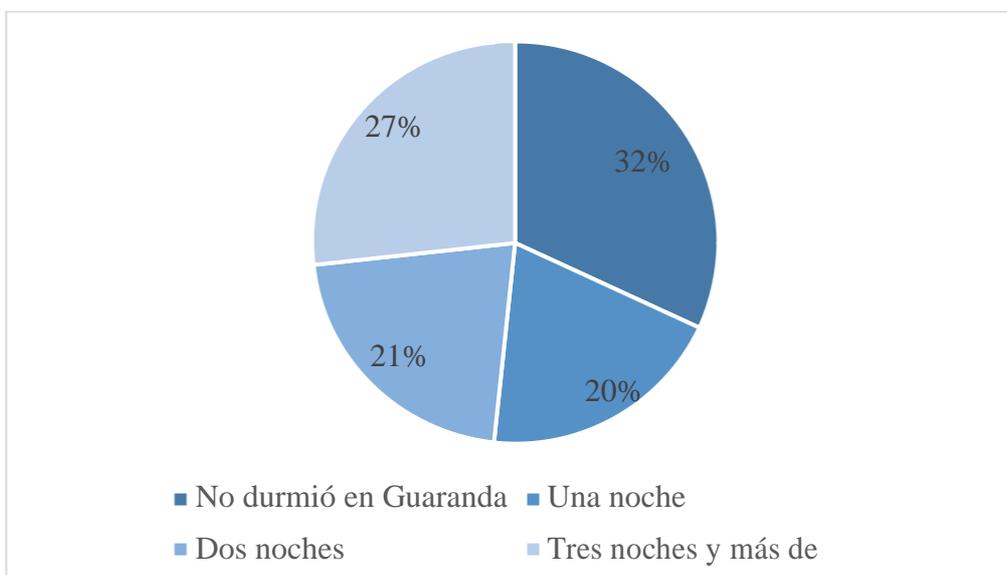


Figura 29. Noches que el encuestado durmió en Guaranda

En base a la pregunta anterior se requiere determinar si el encuestado durmió en el cantón es por esta razón que de las 384 personas encuestadas se concluye que el 32% no durmió en Guaranda, por otro lado, el 27% durmió tres noches y más de; además el 21% pernotaron dos noches y finalmente el 20% pasó una noche.

Gasto promedio durante la estadía del encuestado

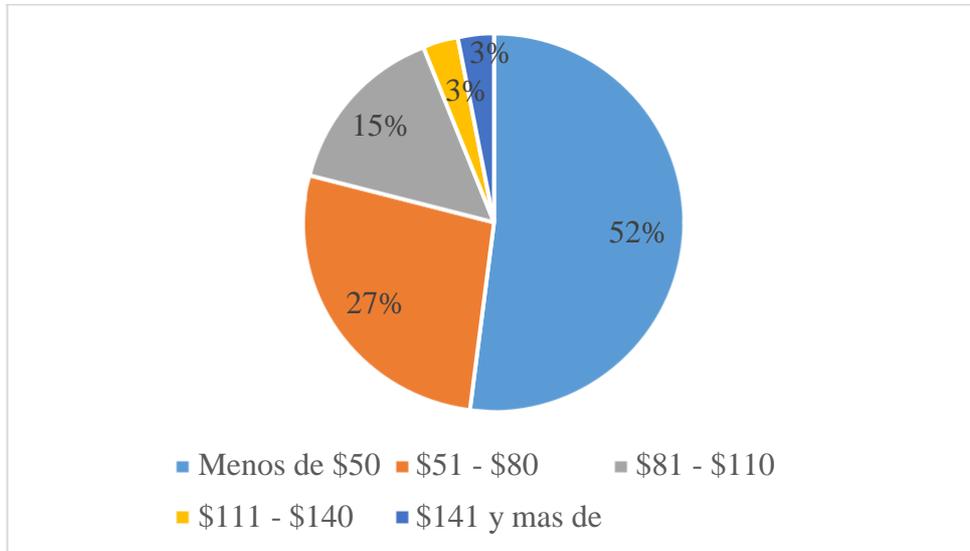


Figura 30. Gasto promedio durante la estadía del encuestado

En esta pregunta se intenta conocer cuando gastó el encuestado por día por persona durante su última visita a Guaranda, de acuerdo al resultado de las 384 encuestas realizadas el 52% gastó menos de \$50, el 27% tuvo gastos entre \$51 y \$80, y finalmente el 15% entre \$81 y \$110.

Expectativas de lo que esperaba encontrar en los sitios recorridos en Guaranda

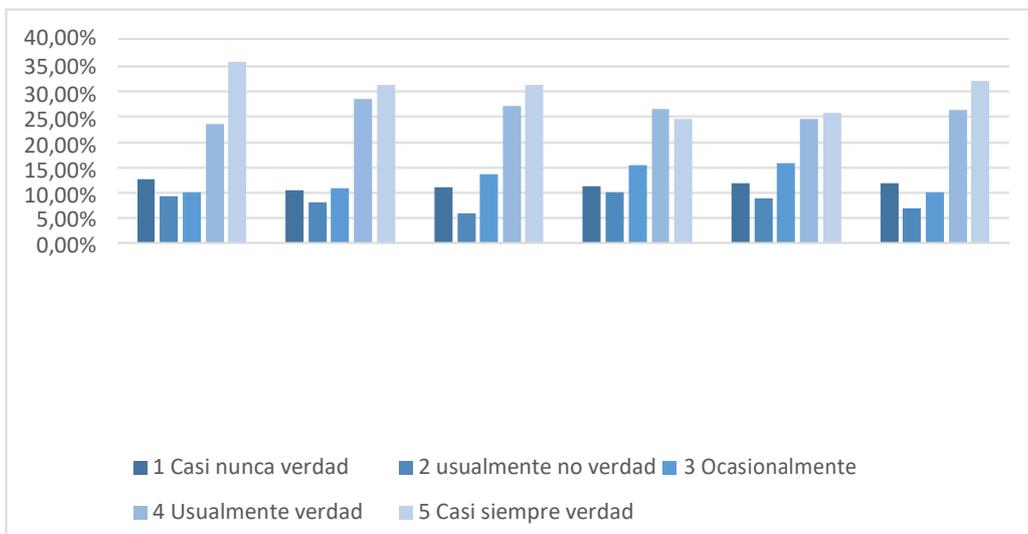


Figura 31. Expectativas de lo que esperaba encontrar en los sitios recorridos en Guaranda.

De las encuestas realizadas a las personas que visitaron Guaranda durante los últimos 5 años se le pregunto que esperaban ellos en el cantón en base a los sitios que ellos recorrieron de los cuales de acuerdo con la escala de Likert ellos seleccionaron que el 34% casi siempre verdad el entorno natural fuera atractivo, mientras que el 32% casi siempre verdad esperaba una experiencia realmente positiva, de igual manera el 31% casi siempre verdad esperaba que el patrimonio fuera interesante

Tabla 5

Expectativas de lo que esperaba encontrar en los sitios recorridos en Guaranda

	1 Casi nunca verdad	2 usualmente no verdad	3 Ocasionalmente	4 Usualmente verdad	5 Casi siempre verdad
Esperaba que su entorno natural (paisaje, montañas, flora, fauna, parques naturales) fuera atractivo	12,50%	9,11%	9,90%	23,44%	35,94%
Esperaba que su calidad de vida (tranquilidad, hospitalidad, seguridad) fuera alta	10,42%	8,07%	10,68%	28,39%	31,25%
Esperaba que su patrimonio cultural (monumentos históricos, museos, gastronomía, manifestaciones culturales) fuera interesante	10,94%	5,73%	13,54%	27,08%	31,25%
Esperaba que su infraestructura turística (alojamiento, restaurantes,	11,20%	9,90%	15,36%	26,56%	24,48%

comercio) fuera de alta calidad.					
Esperaba disfrutar de numerosas actividades de ocio y recreación (deporte, aventura, entretenimiento)	11,72%	8,85%	15,63%	24,48%	25,78%
Esperaba una experiencia realmente positiva	11,72%	6,77%	9,90%	26,30%	32,03%

Disfrutó el encuestado su estancia en Guaranda

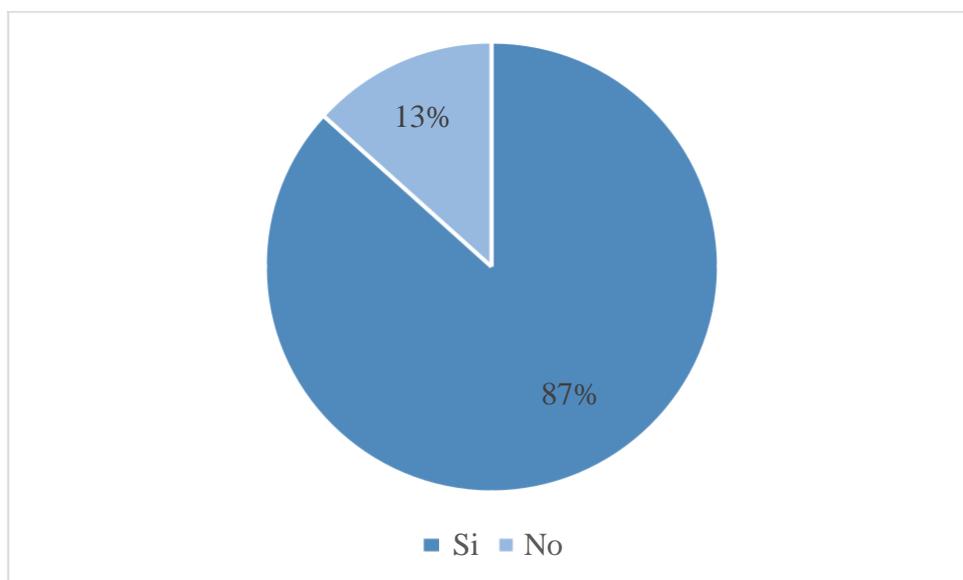


Figura 32. Disfrutó el encuestado su estancia en Guaranda.

La intención de esta pregunta es conocer si el encuestado disfruto su estancia en Guaranda es por esta razón que se realizó 384 encuestas y se concluye que el 87% sí disfruto su estadía en el cantón, mientras que el 13% no disfrutaron estar en este destino.

De acuerdo a la pregunta anterior argumente su respuesta

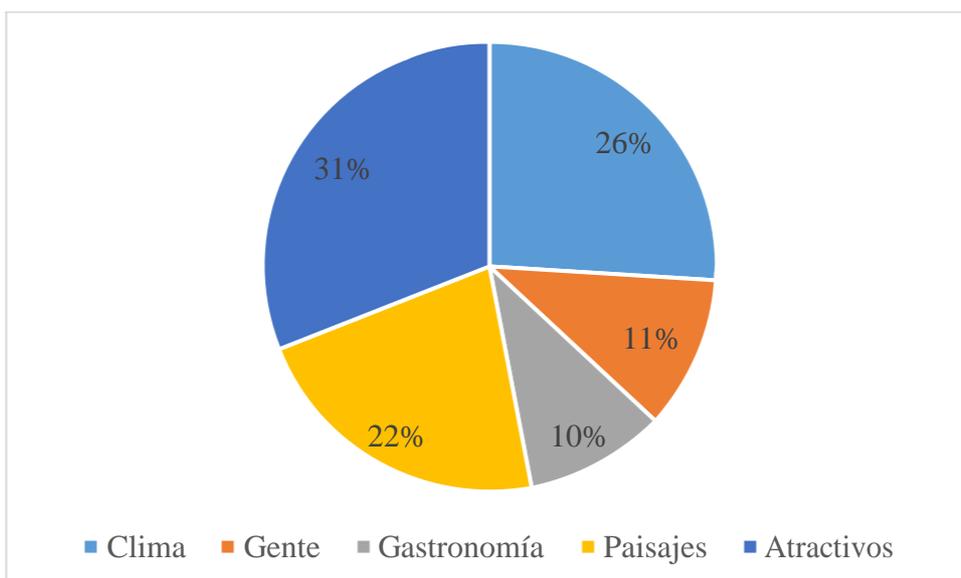


Figura 33. Argumentación de pregunta.

De acuerdo a la pregunta anterior el propósito de esta interrogante es conocer la opinión de los encuestados en base a su experiencia durante su estancia, por lo que se graficó todas las opiniones clasificando en 5 variables cada una de ellas dando como resultado que el 26% de los encuestados considera que Guaranda tiene un clima maravilloso, mientras que el 11% opina sobre la calidez y amabilidad de su gente, de igual forma el 10% acude a este destino por su gastronomía, el 22% admira sus paisajes y finalmente el 31% realzan belleza de sus atractivos.

De acuerdo a su visita a Guaranda motivaría usted a amigos, familiares y conocidos a que visiten Guaranda como destino turístico



Figura 34. Motivación a amigos, familias y conocidos a visitar Guaranda.

En la siguiente pregunta se quiere conocer si las personas que han visitado Guaranda motivarían a amigos, familiares y conocidos a que visiten el cantón como un destino turístico, por dicha razón se realizaron encuestas y el 87% contestó que sí incentivarían a visitarlo y el 13% que no lo haría.

De acuerdo a la pregunta anterior argumente su respuesta

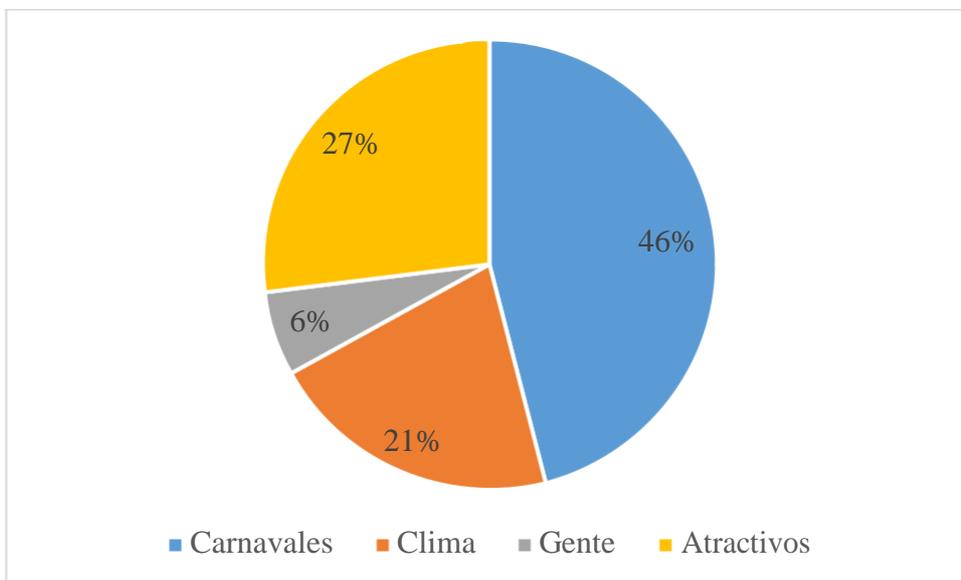


Figura 35. Argumentación de pregunta.

De acuerdo a la pregunta anterior el propósito de esta interrogante es conocer si los encuestados recomendaría a Guaranda a sus familiares, amigos y conocidos como un destino turístico en base a su experiencia durante su estancia, por lo que se graficó todas las opiniones clasificando en 4 variables cada una de ellas dando como resultado que el 46% de los encuestados considera que por sus Carnavales lo recomendarían, mientras que el 21% opina que su clima es agradable, de igual forma el 6% por la calidez y amabilidad de su gente y finalmente el 27% por la belleza de sus atractivos.

De acuerdo a lo indicado por el GeoVit se confirman que la mayoría de los visitantes de Guaranda son residentes de: Quito, Riobamba, Ambato, Guayaquil, por lo tanto se puede concluir por medio de, los resultados de las encuestas realizadas a los visitantes provenientes de los cantones mencionados son un factor clave para el proyecto, ya que ayudó a determinar lo siguiente: el 40% de los turistas realizan visitas ocasionales al cantón, que el 55% tiene un rango de edad de 18 a 25 años con nivel de educación secundaria, de los cuales se trasladaron al cantón por motivos de pasar un rato agradable en familia y amigos, además consideran que el destino es agradable.

Es necesario destacar que, las fechas más concurrentes de visita es el feriado del carnaval, sin embargo, también es frecuentado en otros feriados del año. Conviene resaltar que Guaranda es un lugar seguro y tranquilo, es considerado un destino cultural, que capta la atención de los turistas, lo cuales durante su estadía hacen uso de la casa de los familiares, por lo tanto, los hoteles pasan desatendidos, por consiguiente, es necesario implementar eventos culturales que se presenten en fechas de feriados

Capítulo 4.- Diseño de Producto Turístico

En base a los resultados de diagnóstico y a los resultados obtenidos del mercado se ha identificado los siguientes puntos que deben ser fortalecidos ya que, durante la visita de campo se logró evidenciar que Guaranda no cuenta con una guía oficial de información alguna por parte de Municipio es decir, no tienen una guía específica por lo que se debe diseñar la información oficial de Guaranda donde se incluya la siguiente información de acuerdo a lo que dice el mercado como : hoteles que tengan registro de turismo, establecimientos de alimentos y bebidas que tengan registro turístico, establecimientos en donde se pueda degustar comida típica, sitios de interés de visitar en la ciudad, atractivos. Es importante que esa información sea vendible es decir que se identifique y se promocione los productos se pretende dar a conocer.

La teoría expuesta por Veblen es importante para el proyecto, ya que trata sobre la psicología social de los individuos, y es notable según los resultados de las encuestas que las personas que visitan Guaranda son influenciadas al momento de escoger el destino, entre los principales factores que causan impresión es la cultura, grupos de referencia, familiares.

De acuerdo con las teorías del sistema turístico expuestas por Roberto C. Boullon, Clare Gunn, Neil Leiper y en base al resultado de las encuestas se identificó que la fecha clave para promocionar otras actividades a realizar en el año es en el feriado del “Carnaval” ya que se debe aprovechar la alta llegada de turistas de esta manera incentivar al visitante a que regrese y disfrute de los atractivos, eventos y gastronomía que el cantón ofrece.

El festival del queso es un producto turístico que ofrece la parroquia Salinas Guaranda en el mes de noviembre, siendo este el segundo evento del año con 2.859 de visitas de acuerdo al Geovit con concurrencia de turistas extranjeros y nacionales, pero no igual a la del Carnaval; es por esta razón que se pretende masificar y unificar este evento con la ayuda de la Municipalidad de Guaranda en conjunto con el Centro de turismo Comunitario de la parroquia para poder, realizar un festival de 2 días en el que participen todas las fábricas como; los confites en el que se cuente la historia del chocolate Salinerito y sus variedades ofreciendo souvenirs representativos del destino y resaltando el valor histórico y cultural del cacao para el Ecuador, la hilandería, la del queso en el que se expongan los tipos de queso y el proceso que se hace para su

elaboración, la textilera que representa el trabajo de las mujeres y la historia de la confección de las prendas que ellas realizan e incluyendo todos los emprendimientos y microempresas que existen en Salinas con el fin de ofrecer el valor agregado a los turistas, además con la ayuda Prefectura de la Provincia Bolívar y las entidades antes mencionadas, se gestionen actividades como bailes folclóricos programados, bandas musicales y la participación de la planta turística de Guaranda para que los visitantes que lleguen a este evento hagan uso de sus hoteles, hostales y restaurantes.

Presupuesto de la propuesta 1

El GAD debe realizar reuniones de trabajo previos con los encargados de las respectivas funciones que deben realizar las diferentes comisiones, para la producción y planificación del evento a ejecutarse de acuerdo a los requerimientos el evento.

El GAD debe coordinar con el centro comunitario, enfocándose en charlas de cómo debe ser la presentación de cada emprendimiento, en la que deben resaltar el valor histórico que tiene su respectiva microempresa, además realizar talleres, en las que se puedan diseñar algunos tipos de suvenires representativos de Salinas de Guaranda.

El GAD se ocupará de realizar una reunión con la plata turística para que se presente con un Stan, dando a conocer su oferta. Según el (Sistema Oficial de Contratación Pública, 2020). La cotización del programa tiene un valor de \$ 8.769,60 por los dos días del evento que se detalla a continuación:

Tabla 6

Gasto Financiero

DETALLE	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Organización, sistema de ambientación y dirección del evento	1	\$1.860,00
Promoción y Difusión del Evento	1	\$1.450,00
Infraestructura, escenografía relacionada al desarrollo del evento cultural y artístico (espacio abierto)	1	\$2.300,00
Grupo artístico	2	\$2.000,00

Grupo de Danzas (refrigerio)	8	\$220,00
	SUB TOTAL	\$7.830,00
	IVA12%	\$939,60
	TOTAL	\$8.769,60

Tabla 7

Ficha de diseño del producto turístico

Nombre del producto turístico: Producto turístico -Festival del Queso

Ubicación

Región: Sierra

Provincia: Bolívar

Cantón: Guaranda

Parroquia: Salinas

Descripción del producto turístico

Identificar si es producto turístico es: Producto **reestructurado**

Eje temático: Evento cultural

Mercado objeto: Turista nacionales de entre 18 y 33 años

Duración estimada del evento: 7 horas

Días del evento : 02 y 03 de Noviembre

Definición del producto

El turismo de evento cultural – de tipo festival es la actividad donde puede conocer los **emprendimientos que conforma el Salinerito**, la historia, el proceso de la

elaboración del producto, complementados con bandas musicales y bailes folclóricos para disfrutar una tarde de entretenimiento.

Motivación del viaje

- Clima
 - Paisajes
 - Gastronomía
 - Calidad de la gente
 - Entretenimiento
-

Actividades

- Visitar los lugares turísticos de Salinas
 - Recorrido por cada uno de los **Stand**s
 - Degustación de productos
-

Calidad necesaria en el servicio

- Seguridad
 - Planta **Turística**
 - Tecnología
-

Basado en herramienta metodológicas de (MICENTUR, 2014)

La segunda propuesta surge gracias a los resultados obtenidas en las encuestas por parte de las personas que visitan Guaranda, debido a que señalaron que al destino le hace falta actividades de entretenimiento que se pueden realizar por la noche. Este servicio está dirigido a personas de todas las edades, dado que el objetivo es ofrecer entretenimiento y pernoctación al turista durante su permanencia en el destino.

Los eventos que realiza la casa de la cultura, son eventos programados que ya existen y son publicados en la página web “Casa de la cultura núcleo de Bolívar”, sin embargo, no dan a conocer mediante plataformas digitales ni redes sociales es por esta razón que es necesario profundizar la promoción de dichos eventos culturales en redes sociales o medios digitales, de modo que las personas que llegan conozcan este tipo de actividades, es importante aprovechar el carnaval para mencionar este tipo de eventos. La casa de la Cultura cuenta con áreas de cinemateca, fomento cultural, museo, biblioteca, en las cuales realizan funciones de teatro, publicaciones de libros, eventos rock y música alternativa, danza tradicional, entre otras actividades.

Por consiguiente, de alguna manera la municipalidad debe enfocarse en incentivar y trabajar en conjunto con la planta turística para que se involucre con la casa de la cultura, por medio de la presentación de eventos constantes sobre obras teatrales, Danza folclórica y tradicional, música alternativa, con el fin de apoyar al talento local, adicional a esto en ocasiones se presentarán artistas especiales, por lo tanto, es fundamental crear una agenda bastante amplia de cada mes del año, en la que integren que tipo de funciones se llevarán a cabo y ser promocionada de modo que los turista disfruten de Guaranda.

Presupuesto de la propuesta 2

Guaranda es reconocida por su cultura que está conformado de tradiciones, costumbres, gastronomía, además posee gran potencial turístico, por lo tanto se debe implementar eventos programados mediante la gestión de entidades privadas o públicas realizadas en la Casa de la Cultura para dar mayor realce al cantón y mayor afluencia de turistas durante un cronograma interesante sobre qué tipo de presentaciones se deben realizar en las fechas de los feriados, por consiguiente se mencionan las siguientes presentaciones artísticas con la respectivas cotización obtenida de la página Sistema Oficial de Contratación Pública- Búsqueda de procesos (Sistema Oficial de Contratación Pública , 2020).

A continuación, se detalla los eventos a implementar:

1. Festival Internacional De Danza Folklorica

El festival tiene como finalidad convertir esta actividad en una tradición del cantón, incentivando el entretenimiento de los turistas que llegan en épocas de los feriados.

El evento tendrá la participación de grupos folclóricos internacionales de danza de los siguientes países:

- México: Ballet Folklórico Fuego Nuevo
- Colombia: Ballet Folklórico de Nobsa
- Perú: Ballet Folklórico Orgullo de mi Tierra
- Chile: Ballet Folklórico Te Kuifen

- Venezuela: Danza Latina
- Panamá: Academia de Danza Folklórica de Francisco de León
- Ecuador: Grupo Folklórica de Francisco de León
- Ecuador: Grupos de Danzas Elite

Tabla 8

Gasto Financiero Propuesta 2 Festival internacional de Danza Folklorica

Item	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO TOTAL
1	Grupos Folklóricos profesionales internacionales	8	\$6.400,00
2	Jefe de piso	1	\$200,00
3	Maestro de ceremonia	1	\$250,00
4	Musicalización	1	\$400,00
5	Pantalla led 3x4	1	\$900,00
6	Reconocimiento a grupos Folkloricos por la participación	8	\$680,00
7	Pancarta de 4x2 del festival	1	\$200,00
8	Refrigerios para las agrupaciones (en dos ocasiones)	128	\$1.280,00
		SUB TOTAL	\$10.310,00
		IVA12%	\$1.237,20
		TOTAL	\$11.547,20

2. Además, el talento local está invitada a participar con la presentación de un baile tradicional representativo, como otra actividad que se realizará en la casa de la cultura, en la cual habrá premiaciones a la mejor presentación, vestimenta, y coreografía. La cotización obtenida de la página Sistema Oficial de Contratación Pública- Búsqueda de procesos (Sistema Oficial de Contratación Pública , 2020).

Tabla 6

Gasto Financiero Propuesta 2, Baile Tradicional

DETALLE	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Organización, sistema de ambientación y dirección del evento	1	\$860,00
Grupo de Danzas (refrigerio)	12	\$800
	SUB TOTAL	\$1.660,00
	IVA12%	\$199,20
	TOTAL	\$1.859,20

3. Obras de teatro debe ser el evento que se realiza en constate frecuencia en fecha de feriados, cotización obtenida de la página Sistema Oficial de Contratación Pública- Búsqueda de procesos (Sistema Oficial de Contratación Pública, 2020).

Tabla 9

Gasto Financiero Propuesta 2, Obras de Teatro

DETALLE	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Organización, sistema de ambientación y dirección del evento	1	\$1.720,00
Grupo teatral (hospedaje, transporte, alimentación y bebidas)	2	\$950,00
	SUB TOTAL	\$2.670,00
	IVA12%	\$320,40
	TOTAL	\$2.990,40

4. Adicional de los eventos es importan la promoción, para ello se necesita publicidad en páginas digitales para difundir los eventos programados del año mediante la elaboración de páginas web, redes sociales, con el fin de

promocionar las actividades culturales propuestas anteriormente, La cotización se detalla a continuación, obtenida de la página Sistema Oficial de Contratación Pública- Búsqueda de procesos (Sistema Oficial de Contratación Pública , 2020).

Tabla 10

Presupuesto de la propuesta 2, Promoción

CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
10	UNIDAD	Servicio de publicidad en páginas digitales	\$2.500,00
		SUB TOTAL	\$2.500,00
		IVA12%	\$300,00
		TOTAL	\$2.800,00

El presupuesto referencial para la realización de la segunda propuesta tiene un valor total de \$19.196,80 obtenido del Sistema Oficial de Contratación Pública.

Tabla 11

Ficha de diseño del producto turístico

Nombre del producto turístico: Producto turístico – Eventos Cultural

Ubicación

Región: Sierra

Provincia: Bolívar

Cantón: Guaranda

Parroquia: Salinas

Descripción del producto turístico

Identificar si es producto turístico es: Producto **reestructurado**

Eje temático: Evento cultural

Mercado objeto: Turista nacionales de entre 18 y 33 años

Duración estimada del evento: 1 hora

Días del evento: En fechas de feriados

Definición del producto

Eventos programados que se llevarán a cabo en fechas de los feriados, mediante presentaciones artísticas como: festival de danza folclórica internacional, funciones de teatro.

Motivación del viaje

- Clima
 - Paisajes
 - Gastronomía
 - Calidad de la gente
 - Entretenimiento
-

Actividades

- Visitar los lugares turísticos
 - Entretenimiento
-

Calidad necesaria en el servicio

- Seguridad
 - Planta **Turística**
 - Tecnología
-

Basado en herramienta metodológica de (MICENTUR, 2014)

La tercera propuesta para este proyecto de titulación tiene como objetivo atraer público diverso, que le guste y que disfrute de eventos culturales programados, por lo tanto, se presenta el evento denominado “Guaranda Blue Fest”, tiene como principal protagonista el pájaro azul, puesto que es una bebida tradicional de la provincia de Bolívar que representan las fiestas y el cantón Guaranda, el acontecimiento consta de dos días programados que pueden ser en los feriados del año según resultados de las encuestas, de tal forma que la participación de los stand presenten: el mejor pájaro azul elaborado artesanalmente, el mejor coctel y postre a base de esta bebida, la mejor michelada a base de la cerveza artesanal, el mejor plato típico que haga maridaje con el pájaro azul representativo del lugar. La feria será premiada por 3 categorías,

mediante la colaboración de auspiciantes que deseen promocionar su marca o empresa, además la intervención de la Municipalidad de Guaranda para que sea posible la realización del evento.

Un punto importante para llegar a cabo la feria es la publicidad de la misma, por esta razón de suma importancia promocionar este evento en las fiestas del Carnaval, de la misma manera se debe crear una página web que describa que trata los requisitos que se requiere para las inscripciones, de modo que los participantes interesados podrán inscribirse mediante la página con un mes de anticipación.

Para que todo esto sea posible es importante que las personas que acuden al feriado del Carnaval puedan recibir por parte del GAD de Guaranda del cantón en el que las personas puedan observar los atractivos existentes y junto con un cronograma de actividades programadas del año para incentivar el regreso de turistas al catón, de la misma manera publicar dicha información en redes sociales y en las páginas Webs tanto como el GAD de Guaranda y del Ministerio de Turismo.

Presupuesto de la propuesta 3

Este evento tiene como objetivo promocionar atractivos culturales, turísticos y gastronómicos del cantón, como principal protagonista de la feria es la bebida tradicional él pájaro azul, de tal forma que contribuye al desarrollo local, con el fin de fomentar un producto turístico diferente como una nueva oferta para turistas en momentos de feriados.

El presupuesto referencial es de \$15.716,96 obtenido del (Sistema Oficial de Contratación Pública , 2020), búsqueda de procesos la cotización consta de las obligaciones derivas para la: contratación de una persona natural o jurídica que realice la conceptualización, organización, logística y producción de ferias Gastronómicas resaltando la bebida tradicional él “pájaro azul”.

La Municipalidad de Guaranda, para llevar a cabo el evento debe realizar los siguientes puntos:

- ✓ Contratación de la persona quién realizará la organización
- ✓ Promoción y difusión, mediante plataformas digitales.
- ✓ Creación de una pagina Web, con la descripción del evento.
- ✓ Búsqueda de auspiciantes que deseen promocionar su marco o empresa, ya que son los contribuyentes de los premios.

- ✓ Realizar una reunión con la planta turística del lugar, para que se presente con un Stan el día del evento, dando ha conocer la oferta de sus servicios.

A continuación, se detalla los costos del presupuesto:

Tabla 12

Gasto Financiero Propuesta 3

PRODUCCIÓN Y LÓGISTICA DE LA FERIA A DESARROLLARSE PRODUCCIÓN DE PIEZAS GRÁFICAS PARA BRANDEO DE LOS MÓDULOS QUE CONFORMAN LA INFRAESTRUCTURA A SER UTILIZADA EN LA FERIA.		
ITEM	DETALLE	PRESUPUESTO
1	Producción de 1 pieza de 2m de alto por 2m de ancho full color tiro con su respectiva lámina de protección UV. La cual deberá ser montada en el modulo de infraestructura del Ministerio de Turismo	\$150,00
2	Producción de 6 piezas de 1,92m de ancho por 0,85 m de alto ancho full color tiro con su respectiva lámina de protección UV. La cual deberá ser montada en los 6 módulo de infraestructura del Ministerio de Turismo.	\$1.800,00
TRANSPORTE		
3	El proveedor contratado deberá contemplar dentro de su propuesta los valores generados por el transporte de la infraestructura a ser empleada por parte de esta Cartera de Estado en el desarrollo de las Ferias Gastronómicas, este transporte deberá ser considerado desde las bodegas del proveedor hacia cualquiera de las 23 provincias continentales del Ecuador (previamente solicitada por el administrador del contrato), a excepción de Galápagos y viceversa.	\$3.000,00
MOBILIARIO		
4	13 mesas rectangulares de madera con estructura metálica de 2,40m x 0,90 x 0,75. Bienes de propiedad del Ministerio de Turismo.	

5	26 bancas rectangulares de madera con estructura metálica de 2,40m x 0,30m x 0,45m. Bienes de propiedad del Ministerio de Turismo.	
6	Provisión de 1 tarima aforada de 5m x 2m con gradas de acceso de al menos 0,30m de altura. Para uso de la representación cultural.	\$360,00
7	Provisión de una carpa sin paredes de 6mx6m con su respectivo sistema de evacuación de agua para los días de realización de la Feria Gastronómica que permita cubrir la tarima.	\$300,00
8	Provisión de 1 carpa sin paredes con su respectivo sistema de evacuación de agua lluvia que cubra un espacio de 20m x 16m o en su defecto dos carpas con similares características que cubran el mismo espacio asignado para el comedor para los días de realización de la Feria Gastronómica.	\$1.800,00
9	4 pizarras rectangulares negras de tiza de cal con su respectivo marco de madera, borradores y tizas de cal blancas Bienes de propiedad del Ministerio de Turismo.	
10	4 cocinas de inducción de 1 hornilla. Bien de propiedad del Ministerio de Turismo.	
11	Provisión de 4 lavaplatos pequeños con su respectivo abastecimiento de agua y sistema de desagüe para los días de realización de la Feria Gastronómica. Para uso de los representantes gastronómicos.	\$600,00
12	Provisión de 4 cocinas industriales de dos quemadores con su respectivo tanque de gas y válvula de abastecimiento para los días de realización de la Feria Gastronómica.	\$600,00

EQUIPOS ELECTRÓNICOS

13	Provisión de 6 ventiladores (turbinas) de 32 pulgadas de diámetro de gran potencia para los días de realización de la Feria Gastronómica, los cuales serán utilizados en las ferias que se realicen en la costa o Amazonía.	\$1.600,00
-----------	---	------------

14	Provisión de una consola de audio de 12 canales para los días de realización de la Feria Gastronómica.	\$240,00
15	Provisión de 4 cajas de sonido con capacidad de amplificación para 500 personas para los días de realización de la Feria Gastronómica	\$320,00
16	Provisión de 6 micrófonos inalámbricos con sus respectivos pedestales para los días de realización de la Feria Gastronómica.	\$400,00

MONTAJE Y DESMONTAJE

17	Instalación de los 4 módulos brandeados en su totalidad destinados para los representantes gastronómicos de la localidad ubicados de acuerdo a propuesta creativa del proveedor.	\$500,00
18	Instalación del módulo brandeado en su totalidad destinado para los representantes artesanales de la localidad ubicados de acuerdo a propuesta creativa del proveedor.	
19	Instalación del módulo brandeado en su totalidad destinado para el counter de información turística del Ministerio de Turismo ubicado de acuerdo a propuesta creativa del proveedor.	
20	Instalación de las 13 mesas con capacidad para 8 personas cada una ubicadas en el espacio asignado para el Ministerio de Turismo en el marco de la Feria Gastronómica para uso de los comensales asistentes al evento	
21	Instalación de las 26 bancas de madera con estructura metálica ubicadas junto a las mesas en el espacio asignado para el Ministerio de Turismo en el marco de la Feria Gastronómica	
22	Instalación de la carpa sin paredes de 6m x 6m con su respectivo sistema de evacuación de agua lluvia la cual será empleada para la tarima en donde presentará su	

show la representación cultural seleccionada por la Dirección de Marca Turística y se la colocará previa solicitud del Administrador del Contrato.

- 23** Instalación de la 1 tarima aforada de 5m x 2m con gradas de acceso en donde participará la exhibición cultural local; cabe recalcar que el montaje de esta tarima se lo realizará únicamente en el caso que la locación y espacio asignado no cuente con las características necesarias para tal efecto; por lo tanto, se lo realizará bajo solicitud del delegado de la Dirección de Marca Turística
- 24** Instalación de las 4 cajas de sonido con capacidad de amplificación para 500 personas distribuidas en la locación y espacio asignado para los días de realización de la Feria Gastronómica y se la colocará previa solicitud del Administrador del Contrato
- 25** Instalación de los 6 ventiladores (turbinas) de 32 pulgadas de diámetro de gran potencia distribuidos según propuesta creativa del proveedor en la locación y espacio asignado, cabe recalcar que este ítem deberá ser montado únicamente cuando la Feria Gastronómica se realice en la región Costa o Amazonía para los días de realización de la Feria Gastronómica.
- 26** Instalación de la Consola de sonido de 12 canales para presentación en vivo de la exhibición cultural para los días de realización de la Feria Gastronómica.
- 27** Instalación de 1 carpa sin paredes con su respectivo sistema de evacuación de agua lluvia que cubra un espacio de 20m x 16m o en su defecto dos carpas con similares características que cubran el mismo espacio asignado para el comedor para los días de realización de la Feria Gastronómica

-
- 28** Por cada uno de los 4 módulos pertenecientes a los representantes gastronómicos de la zona se deberá montar e instalar 1 cocina industrial de dos quemadores, 1 cocina de inducción de 1 quemador; las cuales deberán ser probadas en presencia del delegado de la Dirección de Marca para comprobación de su operabilidad
- 29** Adecuar 4 tachos de basura grandes con su respectiva funda con el fin de que ahí se depositen los desperdicios generados por el consumo de alimentos.
- 30** Por cada uno de los 4 módulos pertenecientes a los representantes gastronómicos de la zona se deberá montar 1 pizarra negra con marco de madera en la parte superior del módulo ya que aquí se colocará la oferta de platillos que se ofrece en tal espacio; además de esto el proveedor deberá entregar un borrador y 2 tizas blancas de cal al delegado de la Dirección de Marca Turística.

MENAJE Y UNIFORMES

- 31** 8 delantales negros, bordados full color, talla estándar por cada feria gastronómica a ejecutarse los cuales deberán ser entregados a los representantes gastronómicos, máximo 5 días antes del desarrollo de cada feria gastronómica; cada uno de estos delantales deberá contar con: Logo Ecuador Potencia Turística el cual será proporcionado por la Dirección de Marca Turística y únicamente será producido bajo la aprobación de la Dirección de Marca Turística a través del visto bueno a la prueba de color que deberá ser presentada por el proveedor máximo 8 días calendario posteriores a la firma del contrato. \$200,00
- 32** Alquiler de 20 juegos de menaje de cocina compuestos por: \$160,00
-

	20 platos tendidos	
	20 platos hondos (soperos)	
	20 platos para postre	
	20 cucharas	
	20 tenedores	
	20 cuchillos v 20 vasos de vidrio grandes	
33	3 mandiles azules bordados full color talla estándar por cada feria gastronómica a ser ejecutados los cuales deberán ser entregados a los representantes artesanales, máximo 5 días antes del desarrollo de cada feria gastronómica; cada uno de estos mandiles deberá contar con: Logo Ecuador Potencia Turística el cual será proporcionado por la Dirección de Marca Turística y únicamente será producido bajo la aprobación de la Dirección de Marca Turística a través del visto bueno a la prueba de color que deberá ser presentada por el proveedor máximo 8 días calendario posteriores a la firma del contrato	\$69,00
34	5 gorras azules bordados full color talla estándar por cada feria gastronómica a ser ejecutados, los cuales deberán ser entregados para los representantes turísticos, máximo 5 días antes del desarrollo de cada feria gastronómica; cada uno de estos mandiles deberá contar con: Logo Ecuador Potencia Turística en la parte frontal, el cual será proporcionado por la Dirección de Marca Turística y únicamente será producido bajo la aprobación de la Dirección de Marca Turística a través del visto bueno a la prueba de color que deberá ser presentada por el proveedor máximo 8 días calendario posteriores a la firma del contrato	\$30,00
35	8 kits para manipulación de alimentos por cada feria gastronómica a ser ejecutados los cuales deberán ser	\$24,00

entregados a los representantes gastronómicos, máximo 5 días antes del desarrollo de cada feria gastronómica; estos kits deberán estar compuestos por:
 1 malla de cocina para recoger el cabello
 1 par de guantes quirúrgicos.

PERSONAL

36	El proveedor deberá proporcionar 2 personas que se encarguen del aseo y la limpieza del espacio asignado para esta Cartera de Estado en el marco de desarrollo de la Feria Gastronómica, estas personas deberán estar pendientes de la recolección de desperdicios generados por el consumo de alimentos por parte de los comensales asistentes a la feria en cada una de las mesas, además de encargarse del vaciado de los tachos de basuras ubicados en el área en mención.	\$80,00
37	El proveedor deberá proporcionar 1 persona que se encarguen del manejo de la consola de audio	\$400,00
38	Designar a una persona como coordinador general del evento, el o la cual deberá atender a los requerimientos solicitados por los delegados de la Dirección de Marca	\$600,00

BODEGAJE

40	El proveedor contratado deberá considerar dentro de su propuesta los valores generados por bodegaje de la infraestructura, equipos, mobiliario y menajes utilizados en las acciones a ejecutar durante la vigencia del contrato.	\$200,00
-----------	--	----------

SUBTOTAL	\$14.033,00
IVA	\$1.683,96
TOTAL	\$15.716,96

Tabla 13

Ficha de diseño del producto turístico

Nombre del producto turístico: Producto turístico – Guaranda Blue Fest

Ubicación

Región: Sierra

Provincia: Bolívar

Cantón: Guaranda

Descripción del producto turístico

Identificar si es producto turístico es: Producto nuevo

Eje temático: Evento cultural

Mercado objeto: Turista nacionales de entre 18 y 33 años

Duración estimada del evento: 7 horas

Días del evento: Sábado y Domingo

Definición del producto

Evento cultural – de tipo festival denominado “Guaranda Blue Fest” tiene como principal protagonista el **pájaro** azul, consta de presentaciones **gastronómicas** en base a la bebida tradicional.

Motivación del viaje

- Clima
 - Paisajes
 - Gastronomía
 - Calidad de la gente
 - Entretenimiento
-

Actividades

- Visitar los lugares turísticos de Guaranda
 - Recorrido por cada uno de los **Stands**
 - Degustación de productos
-

Calidad necesaria en el servicio

- Seguridad
 - Planta **Turística**
 - Tecnología
-

Basado en herramienta metodológica de (MICENTUR, 2014)

Tabla 14**Presupuesto Global**

Presupuesto Financiero Global	
Presupuesto de la propuesta 1	\$8.769,60
Presupuesto de la propuesta 2	\$19.196,80
Presupuesto de la propuesta 3	\$15.716,96
Total	\$43.683,36

Conclusiones

De acuerdo con lo analizado por medio de la ficha de diagnóstico del sistema turístico del cantón, y con el Catastro Nacional (MINTUR, 2019) se determinó que la planta turística de Guaranda es amplia, es decir, tienen hoteles, restaurantes, atractivos, y esto permite que, las personas que residen en este lugar estén muy interesadas en el turismo y piensan que es una fuente de ingreso y oportunidades para poder crear plazas de trabajo para los mismos residentes y explotar el potencial del cantón.

- De acuerdo con la encuesta realizada se puede concluir que la creación de un producto turístico para el cantón podría ser el proyecto que de apertura a desarrollar el turismo en Guaranda logrando así tener desplazamientos de turistas no solo en el feriado de Carnaval sino durante los feriados que hay en el año.
- De acuerdo a la investigación de mercado se identificó que la pregunta de investigación da como resultado que los productos turísticos que desea consumir el mercado objetivo de Guaranda son de cultura, entretenimiento, gastronomía y naturaleza sea la protagonista del mismo, la cual, debería ser promocionada para el conocimiento de los turistas
- La mayoría de las personas que viajan a Guaranda no lo hacen con paquetes turísticos, sino que realizan viajes libres e independientes.
- El resultado de la encuesta concluye que la ciudad carece de una guía oficial del turismo, es decir, no cuenta con un cronograma de actividades a realizar en el año y expresa que las personas que visitan este lugar si se desplazarían durante los feriados que hay en el año muy a parte de las fiestas del Carnaval si el cantón ofreciera más actividades para que el turista pueda realizar y estos generen pernoctación.

Recomendaciones

El Municipio de Guaranda debería de implementar y organizar el producto turístico del cantón basado en las propuestas expuestas en este documento.

- Además, se recomienda que se implemente el producto turístico cultural en base a la propuesta dos de este documento, así mismo, debe promocionar dichos productos culturales y generar en redes sociales información sobre los destinos turísticos que existen en el cantón y más allá de imprimirla es difundir y promocionar Guaranda para captar atención de los turistas y esta información debería estar orientada a los productos que el turista necesita.
- Las personas están dispuestas a visitar el cantón porque les interesa un producto turístico de gastronomía, cultura, entretenimiento, naturaleza, es por esto que se recomienda que se elabore como parte de los acontecimientos programados que está ofertando el GAD una feria de gastronomía en torno al pájaro azul que es lo representativo y lo típico de las personas en la mente del consumidor.
- Se recomienda que en Guaranda no se venda paquetes turísticos sino que, se promocionen las actividades como parte del producto
- El Municipio de Guaranda debería de generar una promoción turística que tenga las siguientes características: el cronograma de las actividades a realizar en el año con fecha y hora, los atractivos expuestos en las fichas de jerarquización, las fechas más importantes del cantón es decir sus fiestas patronales y ferias que realiza; todo esto difundirlo por plataformas digitales, redes sociales y en el feriado del Carnaval para que las personas se enteren de todas las actividades a realizar y acudan para que hagan uso de la planta turística y pernocten más de una noche en el cantón.

Referencias

- Abarca Zaquinaula, M. A. (junio de 2017). European Scientific Institute.
doi:<http://dx.doi.org/10.19044/esj.2017.v13n17p340>
- Albán Molina, D. E., & Proaño Bastidas, M. N. (2017). *Repositorio de la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE*. Obtenido de Repositorio de la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE:
<http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/13306/T-ESPEL-ITH-0068.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alfaro Diaz, A. B., Paulino Alvarado, B. E., & Sorto Salmerón, S. A. (agosto de 2017). *Repositorio Universidad de El Salvador*. Obtenido de Repositorio Universidad de El Salvador:
<http://ri.ues.edu.sv/14234/1/Sistema%20integrado%20de%20turismo%20y%20comercializaci%C3%B3n%20de%20productos%20artesanales%20que%20ofrece%20la%20Microrregi%C3%B3n%20del%20Valle%20de%20Jiboa.pdf>
- Análisis Integral del Turismo DATATUR. (2019). *Secretaría de Turismo de México*. Obtenido de Secretaría de Turismo de México
<https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- Armas Cevallos, s. G., & Aldaz López, C. A. (13 de marzo de 2019). *Repositorio Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio
- Aldaz López C. A. (2019). Propuesta de mejora de productos turísticos para el Cantón Puerto López basado en el análisis de las motivaciones de los visitantes Universidad Católica de Santiago de Guayaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12293/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-540.pdf>
- Arroyo Vergara, D. C. (2016). *Repositorio Universidad César Vallejo*. Obtenido de Repositorio Universidad César Vallejo:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/392/arroyo_vd.pdf;jsessionid=924B7C6864A8018644AE589774DC7AAE?sequence=1
- Avellaneda Pincay, J. A., & Avellaneda Pincay, K. J. (13 de septiembre de 2018). *Repositorio Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio Universidad Católica de Santiago de Guayaquil:

- <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11193/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-516.pdf>
- Beltrán Bueno, M. Á., & Parra Meroño, M. C. (2017). *Core*. doi: <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.39.290391>
- Benassini, M. (2014). *Pearson*. Obtenido de Pearson: <https://www.biblionline.pearson.com/Pages/BookRead.aspx>
- Código Orgánico de Organización Territorial, COOTAD. (23 de octubre de 2018). *Mintur*. Obtenido de Mintur: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/02/6COOTAD.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. (2019). *Organización de los Estados Americanos*. Obtenido de Organización de los Estados Americanos: https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf
- Cueva, C. S. (2018). *Repositorio de universidad de san martin de porres*. obtenido de repositorio de universidad de san
- Cueva Cerdan, S. (2018). *Estudio de la teoría de motivación de maclelland y el desempeño laboral de los colaboradores de la tienda bombos de javier prado, 2018*. Universidad de Santa María de Porres obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4341/3/cueva_cs.pdf
- Escobar Giraldo, Y. V., & López Salazar, A. M. (7 de marzo de 2018). *Repositorio Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio Universidad Católica de Santiago de Guayaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10303/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-499.pdf>
- FITUR. (16 de enero de 2019). *Feria internacional de turismo*. Obtenido de feria internacional de turismo: <https://www.ifema.es/fitur/noticias/exp/que-es-el-turismo-religioso>
- Fondo Nacional de Turismo (2019). *Glosario de Terminología de Turismo* Obtenido de Glosario de Terminología de Turismo <https://fontur.com.co/interactue/glosario/63>

Franco Bravo, A. I., Giraldo Velásquez, C. M., López Zapata, L. V., & Palmas Castrejón, Y. D. (1 de octubre de 2019). *Social Science Research Network (SSRN)*. Obtenido de Social Science Research Network (SSRN):
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3462803

GAD. (18 de octubre de 2019). *Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda*. Obtenido de Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda:
<http://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/la-ciudad/>

García Muñoz, C., Pérez Sánchez, B., & Navarrete Torres, M. (2018). La importancia del turismo religioso en Mexico. *international journal of scientific management and TOURISM*, 133. Obtenido de file:///C:/Users/nathalysilvay/Downloads/Dialnet-LaImportanciaDelTurismoReligiosoEnMexico-5975088%20(2).pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda. (2015). *Alcaldía de Guaranda*. Obtenido de Alcaldía de Guaranda: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0260000250001_PDOT%20SUBIDO%20A%20SENPLADES_13-04-2016_09-41-37.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado Guaranda. (2017). *Alcaldía de Guaranda*. Obtenido de Alcaldía de Guaranda:
http://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/download/ordenanzas/ordenanzas_2017/enero_2017/REFORMA-A-LA-ORDENANZA-QUE-REGULA-LA-ORGANIZACION-ADMINISTRACION-FINANCIAMIENTO-Y-DESARROLLO-DE-LOS-EVENTOS-CULTURALES-Y-PATRIMONIALES-DEL-CA.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado Guaranda. (2019). *Alcaldía de Guaranda*. Obtenido de Alcaldía de Guaranda:
http://app.sni.gob.ec/snlink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/PDOT_GUARANDA_ACTUALIZACION_PORTAL_BORRADOR_14-11-2014.pdf

González Santamaria, P. (2015). *Repositorio Universidade de Vigo*. Obtenido de Repositorio Universidad de Vigo:
http://santamaria.webs.uvigo.es/Tesis_Turismo_Nautico_Gonzalez_Santamaria.pdf

- Guillén Valencia, L., & Ramón García, A. (2015). Valoración de la infraestructura de los edificios religiosos para el turismo accesible en villa hermosa, tabasco, México. *revista del turismo y patrimonio cultural*, 494. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/881/88136217017.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México D.F., México: Mc Graw Hill Education. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Obtenido de Ecuador en Cifras: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/bolivar.pdf>
- Jiménez Erazo, C. D. (abril de 2018). *Repositorio del instituto tecnológico cordillera*. Obtenido de Repositorio del instituto tecnológico cordillera: <http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/350/1/83-TURISM-14-15-1719712844.pdf>
- Ley de Turismo. (21 de agosto de 2018). *Mintur*. Obtenido de Mintur : <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/02/2Ley-de-turismo-2018.pdf>
- Marsano Delgado, J. E. (17 de marzo de 2017). El consumidor turístico y la teoría microeconómica. *Turismo y Patrimonio*, 11, 68. doi:<https://doi.org/10.24265/turpatrim.2017.n11.06>
- Martínez Moreno, O. C., Ruiz Andrade, J. G., Lozano Ramírez, M. C., & Verján Quiñones, R. (2015). *The Institute for Business and Finance Research (IBFR)*. Obtenido de The Institute for Business and Finance Research (IBFR): <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/rgnego/rgn-v3n5-2015/RGN-V3N5-2015-8.pdf>
- Meza, V. J., & Villalta, Y. C. (13 de febrero de 2015). *Repositorio Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua*. Obtenido de Repositorio Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua: <http://repositorio.unan.edu.ni/3909/1/2664.pdf>

- MICENTUR. (2014). *MICENTUR*. Obtenido de MICENTUR:
<https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>
- MINTUR. (octubre de 2017). *Metodología para Jerarquización de atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador Glosario de términos*. Obtenido de Metodología para Jerarquización de atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador Glosario de términos:
https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Anejo2_Glosario.pdf
- MINTUR. (2018). *Geo Vit*. Obtenido de Geo Vit: <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-cifras>
- MINTUR. (2018). *Manual de Atractivos Turísticos*. Obtenido de Manual de Atractivos Turísticos:
<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRACTIVOS-TURISTICOS.pdf>
- MINTUR. (2019). *Catastro Turístico Nacional*. Obtenido de Catastro Turístico Nacional:
<https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/catastro-turistico-nacional>
- Mora Ranera, M. d. (2015). *Planificación, programación y operación de viajes combinados*. España Elearning S. L. Obtenido de
[https://books.google.com.ec/books?id=n7BWDwAAQBAJ&pg=PA202&lpg=PA202&dq=Un+visitante+es+una+persona+que+viaja+a+un+destino+principal+distinto+al+de+su+entorno+habitual,+por+una+duración+inferior+a+un+año,+con+cualquier+finalidad+principal+\(ocio,+negocios+](https://books.google.com.ec/books?id=n7BWDwAAQBAJ&pg=PA202&lpg=PA202&dq=Un+visitante+es+una+persona+que+viaja+a+un+destino+principal+distinto+al+de+su+entorno+habitual,+por+una+duración+inferior+a+un+año,+con+cualquier+finalidad+principal+(ocio,+negocios+)
- Nacimba, C. M., & Cejas, M. F. (7 de Julio de 2015). *Universidad Iboamericana del Ecuador*. Obtenido de Universidad Iboamericana del Ecuador: https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_NASIMBA-Y-CEJAS-DISEÑO-DE-PRODUCTOS-TURÍSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf
- Navarro, D. (junio de 2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valorización. *Redalyc* . doi:DOI: 10.6018/turismo.35.221641

- OMT. (abril de 2019). *World Tourism Organization UNWTO*. Obtenido de WorldTourism Organization UNWTO: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Palma Mantilla, R. F., & Bajaña Alvarado, L. S. (septiembre de 2018). Repositorio Digital UCSG. En R. F. Palma Mantilla, & L. S. Bajaña Alvarado, *Propuesta del producto turístico para la ciudad de Guayaquil, basado en el análisis de las motivaciones* (pág. 3). Guayaquil. Obtenido de Repositorio Digital UCSG: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/11182>
- Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador 2020. (26 de septiembre de 2007). *Ministerio de turismo*. Obtenido de Ministerio deturismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Reglamento General de Actividades Turísticas. (16 de septiembre de 2011). *Mintur*. Obtenido de Mintur: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TURÍSTICAS.pdf>
- Ricaurte Quijano, C. (2009). *Repositorio Escuela Superior Politécnica del Litoral*. Obtenido de Repositorio Escuela Superior Politécnica del Litoral: <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>
- Rodríguez Cano, J. (2019). Scribd. *Técnicas Cuantitativas*. Obtenido de Scribd : <https://es.scribd.com/doc/42107537/Escala-de-likert>
- Ruiz Caicedo, S. S. (13 de septiembre de 2018). *Repositorio Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio Universidad Católica de Santiago de Guayaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11362/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-533.pdf>
- San Martín Gutierrez , H. (Febrero de 2005). *Repositorio Universidad de Cantabria*. Obtenido de Repositorio Universidad de Cantabria: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10588/HSMtesis.pdf;jsessionid=0A735AA319277DAA925327ABAB8BDBC9?sequence=1>

SECTUR.(2019). *Gobierno de México*. Obtenido de Gobierno de México:
<https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>

Servicio Nacional de Turismo SERNATUR . (2015). *Ministerio de Economía, Fomento y Turismo* . Obtenido de Ministerio de Economía, Fomento y Turismo :
<https://asesorenturismoperu.files.wordpress.com/2016/08/244-manual-productos-tur3adsticos-chile.pdf>

Servicio Nacional de Turismo SERNATUR. (2018). *Ministerio de Economía, Fomento y Turismo*. Obtenido de Ministerio de Economía, Fomento y Turismo:
<https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/09/Manual-capacitacion-original.pdf>

Sierra, M. E. (15 de DICIEMBRE de 2018). *UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA*. Obtenido de UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA:
https://www.academia.edu/39350202/Couchsurfing_Un_estudio_exploratorio_de_las_motivaciones_en_la_experiencia_tur%C3%ADstica

Sistema Oficial de Contratación Pública. (2020). *Compras Públicas*. Obtenido de Compras Públicas: https://www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/PC/informacionProcesoContratacion2.cpe?idSoliCompra=NZT4zU_6DqULYJ94SDMTZe2HVrhJL9Ta637onfTjlg,

Sistema Oficial de Contratación Pública . (2020). *Compras Públicas*. Obtenido de Compras Públicas :
<https://www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/PC/informacionProcesoContratacion2.cpe?idSoliCompra=yZtWRIQb5b0JrKe8jF-LqWorQEiRGQerNmIsbefWvFg>,

Sistema Oficial de Contratación Pública. (2020). *Compras Públicas*. Obtenido de Compras Públicas: <https://www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/PC/informacionProcesoContratacion2.cpe?idSoliCompra=MjtmZsaJBMnd-iWjs9HhafYIWBaiNrTPsE8iLPCu5dg>

Sistema Oficial de Contratación Pública. (2020). *Compras Públicas*. Obtenido de Compras Públicas: <https://www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/PC/infor>

macionProcesoContratacion2.cpe?idSoliCompra=LIMv6_wmFiD9AbLI0m5
bLnhten-peYFmG4Jq_CI5bu8,

Sistema Oficial de Contratación Pública. (enero de 2020). *Compras públicas* . Obtenido de Compras públicas:

[https://www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/PC/informacionProcesoContratacion2.cpe?idSoliCompra=yZtWRlQb5b0JrKe8jF-LqWorQEiRGQerNmIsbefWvFg,](https://www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/PC/informacionProcesoContratacion2.cpe?idSoliCompra=yZtWRlQb5b0JrKe8jF-LqWorQEiRGQerNmIsbefWvFg)

Sistema Oficial de Contratación Pública. (2020). *Compras Públicas*. Obtenido de Compras Públicas: [https://www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/PC/informacionProcesoContratacion2.cpe?idSoliCompra=yZtWRlQb5b0JrKe8jF-LqWorQEiRGQerNmIsbefWvFg,](https://www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/PC/informacionProcesoContratacion2.cpe?idSoliCompra=yZtWRlQb5b0JrKe8jF-LqWorQEiRGQerNmIsbefWvFg)

Trindade, V. (2017). *Repositorio Institucional de la UNLP*. Obtenido de Repositorio Institucional de la UNLP:

http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/64407/Documento_completo_PDF.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vázquez de la Torre, G. M., & Pérez, L. M. (2017). El turismo religioso en distintas zonas geográficas de España: características de los turistas . *DIALNET* , 30.

Wang, C.-y., & Hsu, M. (2010). The Relationships of Destination Image, Satisfaction, and Behavioral Intentions: An Integrated Model. *Taylor & Francis Group*, 833-835.

Yambay Macancela, F. P. (MAYO de 2017). *Repositorio Escuela Superior Politécnica Superior de Chimborazo*. obtenido de Repositorio Escuela Superior Politécnica Superior de Chimborazo:

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/6631/1/20T00843.pdf>

Yoon , Y., & Uysal , M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management* , 48-52.

Yousaf, A., Amin , I. S., & Santos , J. A. (2018). Motivaciones de los turistas para viajar: una perspectiva teórica en la literatura existente. *turismo y dirección hotelera*, 197-205.
doi:<https://doi.org/10.20867/thm.24.1.8>

Apéndices

Apéndice A 1 Fichas de Jerarquización

codigo del atractivo:	0	2	0	1	5	5	A	N	0	1	0	3	0	2	0	0	1												
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo														
OS GENERALES																													
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																													
Farallones de Tiagua																													
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo																	
ATRATIVOS_NATURALES						MONTAÑAS						BAJA MONTAÑA																	
ACCIÓN DEL ATRACTIVO																													
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia																	
BOLIVAR						GUARANDA						SALINAS.																	
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal			2.6 Número			2.7 Transversal																	
SALINAS						N/A			N/A			N/A																	
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales)						Click		2.10 Altura (msnm)															
-1.39633						-79.016027								3.671															
formación del administrador																													
de Administrador: Público						b. Nombre de la Institución: Centro de Turismo Comunitario Matiavi Salinas																							
bre del Administrador: Augusto Samaniego						d. Cargo que ocupa: Coordinador del Centro de Turismo Comunitario Matiavi Salinas																							
ono / Celular: 0961745962						f. Correo Electrónico: turismosalinas77@hotmail.com																							
ervaciones: Este atractivo pertenece a la Parroquia Salinas del Cantón Guaranda el mismo que actualmente se encuentra administrado por el Centro de Turismo Comunitario Matiavi Salinas.																													
ACTERISTICAS DEL ATRACTIVO																													
acterísticas climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																													
: frío						b. Temperatura(°C): 5° a 18°						c. Precipitación Pluviométrica (mm): 500 a 3000																	
ea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																													
a. Cultura <input type="checkbox"/>						b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>						c. Aventura <input type="checkbox"/>																	
enario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																													
istino <input type="checkbox"/>						b. Primitivo <input type="checkbox"/>						c. Rústico Natural <input checked="" type="checkbox"/>						d. Rural <input type="checkbox"/>						e. Urbano <input type="checkbox"/>					
reso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																													
o de Ingreso						b. Horario de Atención						c. Atención																	
						Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar											
<input checked="" type="checkbox"/>						7:00		18:00		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		N/A													
<input type="checkbox"/>						0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		N/A													
<input type="checkbox"/>						0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		N/A													
eja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>						f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>															
io:		Desde 0,00		Hasta 0,00				Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>																	
es recomendables de visita:						Mes de Mayo, Junio, Julio y Agosto, Septiembre, Octubre																							
ervaciones: Para acceder a este atractivo se debe realizar una caminata de aproximadamente 20 minutos, el ingreso es gratuito.																													
ESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																													
												SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>													
bre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): Guaranda																													
ncia desde la ciudad o más cercano: 28.3						km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 0:42				h/min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.: -1.59247		Long.: -79.00105											
ervaciones: Para llegar al atractivo, se inicia un recorrido en vehículo publico o privado desde la ciudad de Guaranda como punto de partida el Parque el Libertador.																													
s de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																													

Tipo de vía		Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado
a. Terrestre (M)	1. Primer orden	0	0	0	N/A	
	2. Segundo orden	-1.59247, -79.00105	-1.39633, -79.016027	28.3	Asfalto	Regular
	3. Tercer orden					
Observaciones: Para poder llegar al atractivo el estado de la vía de acceso es un material de Asfalto, sin embargo donde inicia la parroquia Salinas las calles se encuentran en reparación por alcantarillado, como punto de partida el Parque el Libertad del cantón Guaranda.						
b. Acuático (U)	Marítimo	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Lacustre	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
	Fluvial	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto
Observaciones: N/A						
c. Aéreo (U)		Nacional:		Internacional:		
Observaciones: N/A						
4.3 Servicio de transporte (M)						
a. Bus	b. Buseta	c. Transporte 4x4	d. Taxi	e. Moto taxi	f. Teleférico	
g. Lancha	h. Bote	i. Barco	j. Canoa	k. Avión	l. Avioneta	
m. Helicóptero	n. Otro	Especifique Vehículos particulares				
Observaciones: El servicio de transporte es de tipo rutinario y tiene como punto de origen Guaranda y punto de llegada la plaza central de la Parroquia Salinas o viceversa, su valor oscila entre 0,75 civa a 1,00 USD dependiendo el tipo de transporte ya sea bus o camioneta.						
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)						
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia			d. Detalle (Traslado origen / destino)	
Cooperativa Candido Rada (bus)	Plaza del Guaranda / Simiatug	Diaria	Semana	Mensual	Eventual	Guaranda / Simiatug - Guaranda / Salinas
Cooperativa 15 de Mayo (bus)	Parque Guaranda / Simiatug	Montaña				Guaranda / Simiatug
Cooperativa Salnerito (camionetas)	Plaza Roja Guaranda / Plaza Central Salinas					Guaranda / Salinas
Coop de transporte Antonio Polo (camionetas)	Pedro Carbo Guaranda / Ingreso Sur de la Parroquia Coop. Coacsal					Guaranda / Salinas
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)						
General	Discapacidad Física	Discapacidad Visual	Discapacidad Auditiva	Discapacidad intelectual o psicosocial	d. No es accesible	
Observaciones: El atractivo no cuenta con condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad.						
4.5 Señalización						
a. Señalización de aproximación al atractivo	Estado (U)	Bueno	Regular	Malo		
Observaciones: No existe señalización de aproximación del atractivo.						
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS						
				SI	NO	SI
5.1 Planta turística (M)						
a. En el Atractivo				b. En la ciudad o poblado cercano		
Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones
Hotel	0	0	0	Hotel	7	206
Hostal	0	0	0	Hostal	7	109
Hostería	0	0	0	Hostería	0	0
Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	0	0
Lodge	0	0	0	Lodge	0	0
Resort	0	0	0	Resort	0	0
Refugio	0	0	0	Refugio	0	0
Campamento Turístico	0	0	0	Campamento Turístico	0	0
Casa de Huéspedes	0	0	0	Casa de Huéspedes	0	0
Observaciones: En el atractivo no existe alojamiento, sin embargo en la comunidad Salinas, según el Catastro Turístico Nacional se encuentra registrado un Hostal de tercera categoría con 17 habitaciones y 61 plazas.				Observaciones: La información corresponde a los establecimientos de alojamiento ubicados Guaranda registrados en el Catastro del Mintur del 2019.		
Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas
Restaurantes	0	0	0	Restaurantes	40	426
Cafeterías	0	0	0	Cafeterías	14	113
Bares	0	0	0	Bares	8	71
Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	12	39
Observaciones: En el atractivo no existe establecimiento de alimento y bebidas, sin embargo Nacional se encuentra registrado 3 Restaurantes, 1 Cafetería, 1 Fuente de soda.				Observaciones: La información corresponde a los establecimientos alimenticios ubicados en la Cabecera Cantonal del 2019.		
Agencias de Viaje		Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		Establecimientos registrados
Mayoristas	0	0	0	Mayoristas	0	0
Internacionales	0	0	0	Internacionales	0	0
Operadoras	0	0	0	Operadoras	0	0
Observaciones: De acuerdo con el catastro nacional no existe operadoras, ni agencias, pero cuenta con un Centro de Turismo Comunitario.				Observaciones: La información corresponde a una operadora ubicada en el cantón Guaranda, registrada en el Catastro del Mintur.		
Guía Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Guía Local	Nacional	Nacional Especializado
1	6	0	0	1	1	0
Observaciones: La información de guías fue extraída del 19 de noviembre del 2019 de los cuales 5 de los 6 Guías Nacionales están por aprobación de examen.				Observaciones: El cantón Guaranda cuenta con un guía local y 1 guía nacional según datos registrados en el catastro Nacional de Guías.		
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo						

Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique: texto					
Observaciones:	El atractivo se encuentra alterado por los distintos factores señalados previamente.						
6.2 Entorno (U)	<input checked="" type="checkbox"/>						
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>					
c. En proceso de deterioro	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>					
Observaciones:	El entorno es alterado ya que se puede evidenciar tala de bosques y actividades agrícolas.						
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)							
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>					
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input checked="" type="checkbox"/>					
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>					
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>					
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input checked="" type="checkbox"/>					
		f. Huaquearía <input type="checkbox"/>					
		g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>					
		h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>					
		i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>					
		j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>					
		k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>					
		l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>					
		m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>					
		n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>					
		o. Vandalismo <input type="checkbox"/>					
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique: texto					
Observaciones:							
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo							
a. Declarante:	b. Denominación:	c. Alcance:					
Observaciones:							
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA							
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
7.1 Servicios Básicos	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>					
a. En el atractivo	<input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado más cercano					
Agua:	<input type="checkbox"/>	Agua <input checked="" type="checkbox"/>					
Especifique: N/A		Especifique: EMAPA-G					
Energía eléctrica:	<input type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>					
Especifique: N/A		Especifique: CNEL EP					
Saneamiento:	<input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>					
Especifique: N/A		Especifique: GAD Guaranda					
Disposición de desechos	<input type="checkbox"/>	Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>					
Especifique: N/A		Especifique: GAD Guaranda					
Observaciones:	En el atractivo no dispone de servicios básicos, sin embargo en la comunidad Salinas dispone de estos servicios, como punto más cercano se menciona al cantón Guaranda.						
7.2 Señalética en el atractivo							
<input checked="" type="checkbox"/>							
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad					
		a. Madera b. Aluminio c. Otro					
		Especifique					
		7.2.4. Estado					
		B R M					
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	1	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	3	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de sitio	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Tótem de direccionamiento	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones: Al ingresar al atractivo se encuentra un pictograma de atractivo natural, durante la ruta se encuentra 3 señales turísticas de aproximación y señales de prevención para la actividad de Trekking.								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	2			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		6			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: En el atractivo no existe un centro de salud , sin embargo en el centro de salinas cuenta con un Centro de Salud y esta ubicado en la calle Tibospungo. Horario de atención: 8h00 a 16h00. En la ciudad mas cercano como referencia Guaranda, cuenta con 2 Hospitales y 7 centro de salud								
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Detalle	N/A						
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		La parroquia Salinas cuenta con una Unidad de Policia Comunitaria (UPC) el mismo que brinda seguridad las 24h00 a sus ciudadanos de lunes a Domingo y esta interconectado al ECU911.						
c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		N/A						
d. Otra <input type="checkbox"/>		N/A						
Observaciones: En el atractivo no existe ningun servicio de seguridad, pero en la comunidad de Salinas cuenta con una Unidad de Policía.								
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>				Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>		
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>			
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>			
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>				Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones:								
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>								
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto								
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
Deslaves <input checked="" type="checkbox"/>	Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	Incendios forestales <input type="checkbox"/>					
Sequía <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>					
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento. <input checked="" type="checkbox"/>	N/A	Nombre del documento: <input checked="" type="checkbox"/>	N/A	Año de elaboración: <input checked="" type="checkbox"/>	0		
Observaciones: Puede haber amenazas como se lo detallan debido a las condiciones geográficas imperceptibles tales como son los sismos y a su vez dependiendo de las condiciones climáticas puede ocurrir deslaves en temporadas invernales.								
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES <input checked="" type="checkbox"/>								
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?					SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Año de elaboración:	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?					SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
texto								
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?					SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
texto								
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?					SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	

texto										
Observaciones:										
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)						SI	NO	S/I		
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)										
9.1.1 En el Agua (M)										
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	e. Surf	<input type="checkbox"/>	
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>	
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>	
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Barana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	
Observaciones: N/A										
9.1.2 En el Aire (M)										
a. Álas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d Otro	<input type="checkbox"/>	texto		
Observaciones: N/A										
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)										
a. Montañismo	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	
f. Exploración de cuevas	<input checked="" type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input checked="" type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>	
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Trekking		
Observaciones: Por su extenso recorrido se puede realizar actividades como caminatas, ciclismo, cabalgatas, observación de flora y fauna, adicional a esto también organizan actividades de resistencia a nivel provincial (Trekking).										
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)										
9.2.1 Tangibles e intangibles										
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>					
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>					
e. Exposiciones temáticas temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas originales.	<input type="checkbox"/>	muestras, obras, etc.,	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales yó lúdicas	<input type="checkbox"/>			
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input type="checkbox"/>					
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>					
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto				
Observaciones: N/A										
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO						SI	NO	S/I		
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)										
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>		
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales				Periodicidad de la promoción				
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	JURL: http://gsdsalinas.gob.ec/web/index.php/turismo				Anual				
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Facebook: turismo matiavi salinas				Mensual				
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre: N/A				Ninguna				
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre: N/A				Ninguna				
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Centro de Turismo Comunitario Matiavi Salinas				Todas				
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre: N/A				Ninguna				
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre: N/A				Anual				
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre: N/A				Ninguna				
Observaciones:										
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)					SI	NO	Especifique: Turismo de Aventura (Trekking)			
Observaciones: El centro de turismo comunitario oferta el atractivo como parte de un paquete turístico.										
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)						SI	NO	S/I		
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos										
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Tipo: Digital	<input type="checkbox"/>	Papel	<input type="checkbox"/>	
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:		Ninguna		
c. Temporalidad de visita al atractivo										
Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique	Mayo, Junio, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre					Número de visitantes	S/I	
Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>		Enero, Febrero, Marzo, Abril, Diciembre						S/I	
d. Llegada de turistas										
Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual		Turista extranjero		Llegadas mensuales		
Turista nacional		Llegadas mensuales		Total Anual		Turista extranjero		Llegadas mensuales		
Ciudades de origen	Quito	S/I	S/I	Países de origen	Italia	S/I	S/I			
	Guayaquil	S/I	S/I		España	S/I	S/I			
	Ibarra	S/I	S/I		Alemania	S/I	S/I			

Observaciones:		Se maneja un sistema de estadísticas básico en donde solo se detalla origen nacional o extranjero sin embargo el administrador proporcionó información del lugar de origen de la mayor afluencia de turistas respectivamente.	
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>			
Nombre del Informante Clave:		texto	Contactos:
			(+593)
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>	
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0
Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>
		Estacional	<input type="checkbox"/>
		Esporádica	<input type="checkbox"/>
		Inexistente	<input type="checkbox"/>
Observaciones:		N/A	
12. RECURSO HUMANO			SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		5	d. Número de personas especializadas en turismo
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input checked="" type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input checked="" type="checkbox"/>	g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M) <input checked="" type="checkbox"/>
Primaria	0	Secundaria	0
Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0
Inglés	2	Alemán	0
Tercer Nivel	4	Cuarto Nivel	0
Atención al Cliente	4	Guianza	4
Francés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades	de 0
		Otro	texto
		Chino	0
		Otro	texto
Observaciones:		El atractivo se encuentra administrado por el Centro de Turismo Comunitario quien tiene como titular al Coordinador del CTC Mativi Salinas.	
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)			
El atractivo "Los Farallones" es un atractivo de tipo Montañoso que se encuentra muy cercano a 20 minutos de la comunidad Salinas caracterizado por contener en el mismo las famosas Cuevas de Tiagua, su acceso es por vía terrestre en donde el turista realizará un trayecto de tipo caminata y tendrá un recorrido ascendiendo a una altitud máxima de 3671 msnm . El atractivo cuenta con gran variedad de flora y fauna y a su vez su acceso es libre.			
14. ANEXOS			
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)			
			
Fuente: Diego Cuenca, Fernanda Bonilla, Daniel Flores			
b. Ubicación gráfica del Atractivo			
			
Fuente: https://www.google.com/maps/place/1%C2%B023%58.1%225+79%C2%B001%00.7%22W/@-1.3994546,-79.0190567,17z/data=!3m1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d-1.3994614d-79.016868			
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)			
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:	APROBADO POR:
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

Código del atractivo:	0	2	0	1	5	5	M	C	0	3	0	1	0	2	0	0	2						
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo								
1. DATOS GENERALES																							
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																							
Minas de Sal																							
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo											
MANIFESTACIONES CULTURALES						REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS						OBRAS DE INGENIERÍA											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																							
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia											
BOLIVAR						GUARANDA						SALINAS											
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal			2.6 Número			2.7 Transversal											
Parroquia Salinas						Los Panzolecos			S/N			Los Tomabelas											
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales)						2.10 Altura (msnm)											
-1.40763						-79.02005						3.538 msnm											
2.11 Información del administrador																							
a. Tipo de Administrador: Público						b. Nombre de la Institución: Junta Parroquial						c. Nombre del Administrador: Lic. Edgar Punina						d. Cargo que ocupa: Coordinador del Centro de Turismo Comunitario Matavi Salinas					
e. Teléfono / Celular: (+593) 0994755059						f. Correo Electrónico: juntaparroquiasalinas@yahoo.es						Observaciones: Este atractivo Minas de Sal pertenece a la Parroquia Salinas del Cantón Guaranda el mismo que actualmente se encuentra administrado por la Junta Parroquial.											
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																							
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Clima: Frío						b. Temperatura(°C): 5° a 18°						c. Precipitación Pluviométrica (mm): 500 a 3000											
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>						b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>						c. Aventura <input type="checkbox"/>											
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Pristino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input checked="" type="checkbox"/>				d. Rural <input type="checkbox"/>				e. Urbano <input type="checkbox"/>							
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención																	
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar											
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		7:00	18:00	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto											
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto											
Pagado <input checked="" type="checkbox"/>		7:00	18:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto											
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>											
e. Precio:		Desde	Hasta	Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>															
g. Meses recomendables de visita:				Enero - Febrero - Marzo																			
Observaciones: Temporalidad de acceso todo el año, es de acceso libre pero solo cuando hay fiestas y ferias se cobra el ingreso \$1,00 adultos y \$0,50 niños																							
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>																							
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): Guaranda																							
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		28,3	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:42	h/min	d. Coordenadas		Lat.:	-1.59247	Long.:	-79.00105										
Observaciones: Para llegar al atractivo, se inicia un recorrido en vehículo público o privado desde la ciudad de Guaranda, como punto de partida el Parque el Libertador.																							
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado											
		a. Primer orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto													
		b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>		1.59247 - 79.00105		1.40763 - 79.02005		28.3		Asfalto		Regular											
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>																					
Observaciones: Para poder llegar al atractivo el estado de la vía de acceso es un material de Asfalto, sin embargo donde inicia la parroquia salinas las calles se encuentran en reparación por alcantarillado, como punto de partida el Parque el Libertador del cantón Guaranda.																							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>		Marítimo <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		Puerto / Muelle de Llegada		Puerto / Muelle de partida		Puerto / Muelle de Llegada													
		Lacustre <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		Puerto / Muelle de Llegada		Puerto / Muelle de partida		Puerto / Muelle de Llegada													
		Fluvial <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		Puerto / Muelle de Llegada		Puerto / Muelle de partida		Puerto / Muelle de Llegada													
Observaciones: texto																							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>						Internacional: <input type="checkbox"/>															
Observaciones: texto																							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>		b. Buseta <input type="checkbox"/>		c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>		d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>		e. Moto taxi <input type="checkbox"/>		f. Teleférico <input type="checkbox"/>													
g. Lancha <input type="checkbox"/>		h. Bote <input type="checkbox"/>		i. Barco <input type="checkbox"/>		j. Canoa <input type="checkbox"/>		k. Avión <input type="checkbox"/>		l. Avioneta <input type="checkbox"/>													
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>		n. Otro <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique Vehículos particulares																			
Observaciones: El servicio de transporte que utilizan con frecuencia son camionetas.																							

4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)																
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio		b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)									
			Día	Semana	Mensual	Eventual										
Coop de transporte Antonio Polo		Pedro Pablo Guaranda / Ingreso Sur Terminal Salinas del	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Guaranda / Salinas									
Cooperativa Salmerito		Plaza Rojo Guaranda Plaza Central Salinas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Guaranda / Salinas									
Coop de transporte Canddo Rada a Simiatug		Plaza del Carnaval Guaranda / Simiatug	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Guaranda / Simiatug 7:30- 14:00 - dos horarios									
Cooperativa 15 de Mayo		Parque Guaranda / Simiatug Montañas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Guaranda / Simiatug									
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)																
General		<input type="checkbox"/>	Discapacidad Física		<input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual		<input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva		<input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial		<input type="checkbox"/>	d. No es accesible	<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones:		El atractivo no cuenta con condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad.														
4.5 Señalización																
a. Señalización de aproximación al atractivo		<input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular		<input checked="" type="checkbox"/>	Malo		<input type="checkbox"/>				
Observaciones:		Existe una señalética turística al inicio de la comunidad de Salinas, sin embargo es escasa dentro de la ruta para llegar al atractivo.														
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS										SI	NO	SI				
5.1 Planta turística (M)																
a. En el Atractivo					b. En la ciudad o poblado cercano											
Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas									
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	7	206									
Hostal	<input type="checkbox"/>			Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	7	109									
Hosteria	<input type="checkbox"/>	0	0	Hosteria	<input type="checkbox"/>	0	0									
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0									
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0									
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0									
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0									
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0									
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0									
Observaciones:		En el atractivo no existe establecimientos de alojamiento, sin embargo en la comunidad Salinas, según el Catastro Turístico Nacional se encuentra registrado un Hostal de tercera categoría con 17 habitaciones y 61 plazas, además existe un ecoturismo que no se encuentra registrado.					Observaciones: La información correspondiente a los establecimientos de alojamiento ubicados en la Cabecera Cantonal de Guaranda registrados en el Catastro del Municipio de Guaranda.									
Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas									
Restaurantes	<input type="checkbox"/>			Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	40	426									
Cafeterías	<input type="checkbox"/>			Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	14	113									
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	8	71									
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>			Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	12	39									
Observaciones:		En el atractivo no existe establecimientos de alimentos y bebidas, sin embargo en la comunidad Salinas, según el Catastro Turístico Nacional se encuentra registrado 3 restaurantes, 1 cafetería, 1 barra de soda.					Observaciones: La información correspondiente a los establecimientos alimenticios ubicados en la Cabecera Cantonal de Guaranda registrados en el Catastro del Municipio de Guaranda.									
Agencias de Viaje		Establecimientos registrados	Agencias de Viaje		Establecimientos registrados											
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0	Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0											
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0	Internacionales	<input type="checkbox"/>	0											
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0	Operadoras	<input checked="" type="checkbox"/>	1											
Observaciones:		De acuerdo con el catastro nacional no existe operadoras, ni agencias, pero cuenta con un Centro de Turismo Comunitario.					Observaciones: La información correspondiente a una operadora ubicada en el cantón Guaranda, registrados en el Catastro del Municipio de Guaranda.									
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura							
<input checked="" type="checkbox"/>	1	6	0	Aventura	<input checked="" type="checkbox"/>	1	1	0	Aventura							
Observaciones:		La información de guías fue enviada del turismo nacional de noviembre del 2019, de los cuales 5 de los 8 Guías Nacionales están por aprobación de guías.					Observaciones: El cantón Guaranda cuenta con un guía local y nacionales según datos registrados en el catastro Nacional de Guías.									
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo																
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)										
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.40465, -79.01974	Augusto Sarmiento (CTC Matavi Salinas)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	Tur	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	Centro de recepción de visitantes	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.40465, -79.01974	Augusto Sarmiento (CTC Matavi Salinas)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
b. De observación y vigilancia	Barritas de guardiana	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	Miradores	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.40554, -79.01933	Lodo, Edgar Purina (Junta Parroquial Salinas)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
c. De recorrido y descanso	Senderos	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.40462, -79.01887	CTC Matavi Salinas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
d. De servicio	Baterías sanitarias	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.40494, -79.01908	Junta Parroquial Salinas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
e. Otros	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
Observaciones:		La Parroquia Salinas únicamente cuenta con un punto de información turística el CTC Matavi Salinas el mismo que gestiona la recepción de turistas.														

5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>	
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/> Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> Especifique: texto	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/> Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> Especifique:
Observaciones: Como ciudad cercana el cantón Guaranda, Existen cajeros automaticos de diferentes entidades bancarias como Pichincha, BanEcuador, Pacifico, y Cooperativas como Guaranda Limitada, San José Limitada, Sagrario Limitada y la Cooperativa Mushuc Runa de ahorro y crédito.	
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>	
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Conservado <input type="checkbox"/> b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones: Debido a la actividad que realizan en las Minas de Sal el atractivo se encuentra alterado, por cuestiones del clima en temporada de invierno la gran cantidad de agua lluvia impide obtener una buena salinidad.	
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)	
6.1.1.1 Naturales (M)	6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/> b. Actividades forestales <input type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input checked="" type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input checked="" type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: texto
Observaciones: El atractivo se encuentra alterado por los distintos factores señalados.	
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Conservado <input type="checkbox"/> b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones: En su entorno se puede observar actividad humana por lo que el atractivo se encuentra alterado.	
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)	
6.2.1.1 Naturales (M)	6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/> b. Actividades forestales <input type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input checked="" type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input checked="" type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: texto
Observaciones: Los factores antes señalados están alterando el entorno al atractivo, una de las principales causas es la contaminación por parte de la fabrica de la Hilandería, ya que desechan el disel que usan las maquinarias para producir , contaminando el río.	
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>	
a. Declarante:	b. Denominación:
	b. Fecha de declaración:
	c. Alcance: S/I
Observaciones: S/I	
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>	
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>	
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua <input checked="" type="checkbox"/> Potable
Especifique:	Especifique: EMAPA - G
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público
Especifique:	Especifique: CNEL EP
Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> Red pública

Especifique:		Especifique: GAD Guaranda						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/> Carro Recolector						
Especifique:		Especifique: GAD Guaranda						
Observaciones: Como punto más cercano se toma de referencia el cantón Guaranda.								
7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales		0			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0		0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	1	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	1	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	1	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones: Al ingresar al atractivo se puede observar un pictograma de atractivos naturales y un pictograma de atractivo cultural								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	0	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	2					
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>	0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>	6					
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		Dispensario médico <input type="checkbox"/>	0					
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>	0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>	0					
Otros <input type="checkbox"/>	0	Otros <input type="checkbox"/>	0					
Observaciones: En el atractivo no existe un centro de salud, sin embargo en el centro de salinas cuenta con un Centro de Salud atención: 8h00 a 16h00. En la ciudad mas cercano como referencia Guaranda, cuenta con 3 Hospitales y 7 centro de salud y esta ubicado en la calle Tibosungu. Horario de								
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Detalle	texto						
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		La parroquia Salinas cuenta con una Unidad de Policía Comunitaria (UPC) el mismo que brinda seguridad las 24h00 a sus ciudadanos de lunes a Domingo y esta interconectado al ECU911.						
c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		texto						
d. Otra <input type="checkbox"/>		texto						
Observaciones: En el atractivo no existe ningún servicio de seguridad, pero en el comunidad de Salinas cuenta con una Unidad de Policía.								
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>					
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input type="checkbox"/>					
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>					
Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>		Satélite <input checked="" type="checkbox"/>					
Observaciones:								
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input checked="" type="checkbox"/>					
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>								
Observaciones:								
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
Deslaves <input type="checkbox"/>	Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	Incendios forestales <input type="checkbox"/>					
Sequía <input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>					
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/> Institución que elaboró el documento: texto Nombre del documento: texto Año elaboración: de 0								
Observaciones: Las multiamenazas se pueden ocasionar por la sequía y sismos.								

8. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Año de elaboración:	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
texto							
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
texto							
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
texto							
Observaciones:		texto					
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)			<input type="checkbox"/>				
9.1.1 En el Agua (M)			<input type="checkbox"/>				
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>
e. Surf	<input type="checkbox"/>	f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>
i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>
q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							
9.1.2 En el Aire (M)			<input type="checkbox"/>				
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:		texto					
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)			<input checked="" type="checkbox"/>				
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>
e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>
i. Caminata	<input type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Pícnic	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>
m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	texto			
Observaciones:		Los turistas que visitan este atractivo podrán realizar las actividades señaladas previamente centrandose en la maravillosa vista que ofrece el Atractivo.					
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)			<input checked="" type="checkbox"/>				
9.2.1 Tangibles e intangibles			<input checked="" type="checkbox"/>				
a. Recorridos guiados	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>		
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>		
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>		
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>		
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>		
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:		El Centro de Turismo Comunitario son los encargados de prestar el servicio de Guianza con personal especializado, además pueden realizar fotos capturando imágenes del atractivo.					
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)							
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>		
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales			Periodicidad de la promoción		
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL: www.salnerito.com			Anual		
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Facebook "Salinas de Guaranda"			Anual		
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna		
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna		
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Centro de Turismo Comunitario Matavi Salinas			Todas		
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna		
	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Anual		
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto			Ninguna		
Observaciones:		La promoción Turística del atractivo, es mediante la red social Facebook.					
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique: texto	
Observaciones:		El atractivo forma parte de una oferta oficial por parte del Centro de Turismo Comunitario Matavi Salinas.					
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos			<input checked="" type="checkbox"/>				
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Tipo: Digital	<input checked="" type="checkbox"/>
						Papel	<input checked="" type="checkbox"/>
						Años de registro	2
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes: Ninguna	
c. Temporalidad de visita al atractivo		Especifique que				Especifique que	
Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Mayo, Junio, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre			S/I		
Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Enero, Febrero, Marzo, Abril, Diciembre			S/I		

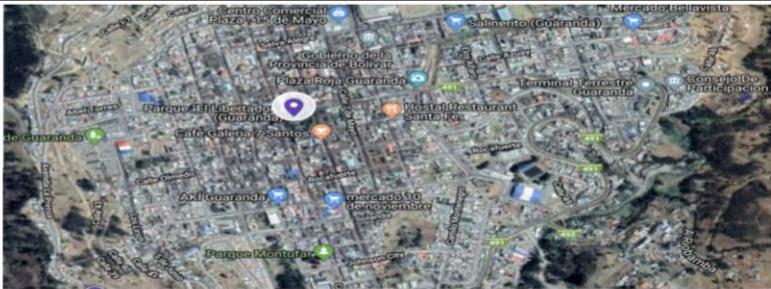
d. Llegada de turistas																	
<input checked="" type="checkbox"/> Turista nacional			Llegadas mensuales		Total anual		<input checked="" type="checkbox"/> Turista extranjero										
Ciudades de origen	Quito	S/I	S/I		Países de origen	Italia	S/I	S/I									
	Guayaquil	S/I	S/I			Estados Unidos	S/I	S/I									
	Ibarra	S/I	S/I			Francia	S/I	S/I									
Observaciones:		Se maneja un sistema de estadísticas básico en donde solo se detalla origen nacional o extranjero sin embargo el administrador proporcionó información del lugar de origen de la mayor afluencia de turistas respectivamente.															
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>																	
Nombre del Informante Clave:				texto				Contactos:		(+593)							
Demanda según días de visita				<input type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita				<input type="checkbox"/>					
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente	<input type="checkbox"/>				
Observaciones:		texto															
12. RECURSO HUMANO											SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo					<input checked="" type="checkbox"/>		5		d. Número de personas especializadas en turismo					<input checked="" type="checkbox"/>		4	
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):				<input checked="" type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M)				<input checked="" type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)				<input checked="" type="checkbox"/>	
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	2	Alemán	0						
Tercer Nivel	4	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	4	Guianza	4	Francés	0	Italiano	0						
Otro	texto			Sensibilización discapacidades	de	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto					
Observaciones:		El atractivo Minas de Sal se encuentra administrado por el Centro de Turismo Comunitario quien tiene como titular al Coordinador del CTC Mativi Salinas.															
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)																	
El atractivo Minas de Sal se encuentra a 15 minutos caminando desde la parroquia Salinas, en el transcurso de la caminata se puede observar algunas fábricas existentes en la parroquia, luego podremos iniciar el sendero que nos lleva al atractivo, un sendero que esta construido de concreto, su mayoría en forma de gradas.Podremos observar su flora y fauna propia del lugar. Además se puede observar los brotes de agua sal de color amarillo																	
14. ANEXOS																	
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)																	
																	
Fuente:		Propia															
b. Ubicación gráfica del Atractivo																	
																	
Fuente:		Google maps															
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)																	
ELABORADO POR:				VALIDADO POR:				APROBADO POR:									
Apellido y Nombre				Apellido y Nombre				Apellido y Nombre									
Institución				Institución				Institución									
Cargo				Cargo				Cargo									
Correo Electrónico				Correo Electrónico				Correo Electrónico									
Teléfono				Teléfono				Teléfono									
Firma				Firma				Firma									
Fecha				Fecha				Fecha									

Código del atractivo:	0	2	0	1	0	2	M	C	0	1	0	5	0	2	0	0	3																														
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo																																
1. DATOS GENERALES																																															
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																																															
CENTRO HISTORICO GUARANDA																																															
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo																																			
MANIFESTACIONES_CULTURALES						ARQUITECTURA						ÁREA HISTÓRICA																																			
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																																															
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia																																			
BOLIVAR						GUARANDA						GABRIEL IGNACIO VEINTIMILLA																																			
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal			2.6 Número			2.7 Transversal																																			
Barrio Central						Convencion de 1884, sucre						García Moreno y 10 de Agosto																																			
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales)						2.10 Altura (msnm)																																			
-1.592263						-79.001649						2.675m																																			
2.11 Información del administrador																																															
a. Tipo de Administrador:						b. Nombre de la Institución:						Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón																																			
Ing. Gustavo Fierro						Coordinador de turismo del GAD																																									
e. Teléfono / Celular:						f. Correo Electrónico:						gustavo.fierro@guaranda.gob.ec																																			
0994949473						gustavo.fierro@guaranda.gob.ec																																									
Observaciones: El Administrador a cargo es José Vizcaino trabajador del GAD, encargado del ITUR, donde se presta información a los visitantes y turistas.																																															
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																																															
3.1 Características climatológicas																																															
a. Clima:						b. Temperatura(°C):						c. Precipitación Pluviométrica (mm):																																			
Templado						10 - 18						500 a 1500																																			
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																																															
a. Cultura						b. Naturaleza						c. Aventura																																			
<input checked="" type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>																																			
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																																															
a. Prístino						b. Primitivo						c. Rústico Natural						d. Rural						e. Urbano																							
<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>																							
3.4 Ingreso al atractivo (U)																																															
a. Tipo de Ingreso						b. Horario de Atención						c. Atención																																			
						Ingreso						Salida						Todos los días						Fines de semana y feriados						Solo días hábiles						Otro						Especificar					
Libre						<input checked="" type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>											
Restringido						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>											
Pagado						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>											
d. Maneja un sistema de reservas:						f. Forma de Pago:						Efectivo						Dinero Electrónico						Depósito Bancario						Tarjeta de Débito																	
<input type="checkbox"/>						Desde 0.00 Hasta 0.00						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>											
e. Precio:						Tarjeta de Crédito						Transferencia Bancaria						<input type="checkbox"/>						Cheque						<input type="checkbox"/>																	
g. Meses recomendables de visita:																																															
Observaciones: El centro histórico se caracteriza por su arquitectura en el centro de la ciudad, por ello tiene libre visita 24 horas diarias sin costo alguno.																																															
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																																															
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):																																															
Guaranda																																															
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:						c. Tiempo de desplazamiento en auto:						d. Coordenadas (grados decimales):						Lat.:						Long.:																							
1.2 km						estimado 0:05 h/min						-1.591425, -78.994168						-1.591425						-78.994168																							
Observaciones: Se toma como referencia al Terminal Terrestre de Guaranda como el lugar mas cercano al atractivo el cual se encuentra en el centro de la ciudad y es de facil acceso.																																															
4.2 Vías de Acceso (M)																																															
a. Terrestre (M)						Tipo de vía						Coordenada de inicio						Coordenada de fin						Distancia (km)						Tipo de material						Estado											
<input checked="" type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>						-1.591425, -78.994168						-1.592263, -79.001649						1.2 km						Adoquin de Piedra.						Bueno											
						<input type="checkbox"/>																																									
						<input type="checkbox"/>																																									
Observaciones: Se toma como punto de inicio el Terminal Terrestre de Guaranda																																															
b. Acuático (U)						Marítimo						Puerto / Muelle de partida						Puerto / Muelle de Llegada						texto						textos																	
<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						texto						Puerto / Muelle de Llegada						texto						<input type="checkbox"/>																	
						<input type="checkbox"/>						texto						Puerto / Muelle de Llegada						texto						<input type="checkbox"/>																	
						<input type="checkbox"/>						texto						Puerto / Muelle de Llegada						texto						<input type="checkbox"/>																	
Observaciones: texto																																															
c. Aéreo (U)						Nacional:						Internacional:						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>																							
<input type="checkbox"/>																																															
Observaciones: texto																																															
4.3 Servicio de transporte (M)																																															
a. Bus						b. Buseta						c. Transporte 4x4						d. Taxi						e. Moto taxi						f. Teleférico																	
<input checked="" type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>																	
g. Lancha						h. Bote						i. Barco						j. Canoa						k. Avión						l. Avioneta																	
<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>																	
m. Helicóptero						n. Otro						Especifique						Vehiculos particulares																													
<input type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>						Vehiculos particulares																																			
Observaciones: Existen cooperativas de transporte como buses de Candido Rada con recorridos urbanos y rurales, Universidad de cooperativas como Divino niño, El libertador. Bolivar de uso urbano, taxis de																																															

4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio		b. Estación / terminal		c. Frecuencia			d. Detalle (Traslado origen / destino)				
Cooperativa de buses Transporte Cándido Rada		Av. John F. Kennedy		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	toda la ciudad			
Cooperativa de Taxis El Libertador		10 de Agosto y Convención de 1884		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	toda la ciudad			
Cooperativa de Taxis Siete Colinas		7 de Moreno Mayo y García		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	toda la ciudad			
Camionetas en general		Plaza Roja		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	toda la ciudad			
Cooperativas de Buses Universidad Estatal de Bolívar		Plaza Roja		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	toda la ciudad			
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
General <input checked="" type="checkbox"/>		Discapacidad Física <input checked="" type="checkbox"/>		Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>		Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>		Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>		d. No es accesible <input type="checkbox"/>	
Observaciones: El centro de la ciudad cuenta con rampas para la facilidad de acceso.											
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		Estado (U)		Bueno <input checked="" type="checkbox"/>			Regular <input type="checkbox"/>		Malo <input type="checkbox"/>		
Observaciones: Existe rotulación turística de direccionamiento al atractivo											
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input checked="" type="checkbox"/>											
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas			
Hotel <input type="checkbox"/>					Hotel <input checked="" type="checkbox"/>	7	206	454			
Hostal <input type="checkbox"/>					Hostal <input checked="" type="checkbox"/>	7	109	240			
Hostería <input type="checkbox"/>					Hostería <input type="checkbox"/>						
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>					Hacienda Turística <input type="checkbox"/>						
Lodge <input type="checkbox"/>					Lodge <input type="checkbox"/>						
Resort <input type="checkbox"/>					Resort <input type="checkbox"/>						
Refugio <input type="checkbox"/>					Refugio <input type="checkbox"/>						
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>					Campamento Turístico <input type="checkbox"/>						
Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>					Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>						
Observaciones:					Observaciones: <small>Sistema con referencia a los municipios establecimientos de alojamiento ubicados en la parte urbana del cantón Guaranda, fueron extraídos del catastro.</small>						
Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		Alimentos y bebidas <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas			
Restaurantes <input type="checkbox"/>					Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/>	40	426	1704			
Cafeterías <input type="checkbox"/>					Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/>	14	113	452			
Bares <input type="checkbox"/>					Bares <input checked="" type="checkbox"/>	8	71	284			
Fuentes de soda <input type="checkbox"/>					Fuentes de soda <input checked="" type="checkbox"/>	12	39	156			
Observaciones:					Observaciones: <small>Sistema con referencia a los municipios establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en la parte urbana del cantón Guaranda, fueron extraídos del catastro.</small>						
Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados				Agencias de Viaje <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados					
Mayoristas <input type="checkbox"/>					Mayoristas <input type="checkbox"/>						
Internacionales <input type="checkbox"/>					Internacionales <input type="checkbox"/>						
Operadoras <input type="checkbox"/>					Operadoras <input checked="" type="checkbox"/>		1				
Observaciones:					Observaciones: <small>La información de establecimientos de operadoras o agencias de viajes ubicados en la parte urbana del cantón Guaranda, fueron extraídos del catastro nacional del 2018.</small>						
Guía Local <input type="checkbox"/>	Nacional <input type="checkbox"/>	Nacional Especializado <input type="checkbox"/>	Cultura <input type="checkbox"/>	Aventura <input type="checkbox"/>	0	Guía Local <input checked="" type="checkbox"/>	Nacional <input type="checkbox"/>	Nacional Especializado <input type="checkbox"/>	Cultura <input type="checkbox"/>	Aventura <input type="checkbox"/>	0
					0		1	1			0
Observaciones: La señora que encargada del museo es responsable de la recepción de visitantes y dar recorridos por el museo					Observaciones: La información de Guías fue extraído del catastro nacional de guías del 19 de noviembre del 2019.						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>											
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	B	R	M	Estado (U)		
a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/>	Punto de Información <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.59222,-79.0013346	Ldo. Cecilia Ricade (GAD Municipal)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	I-Tur <input checked="" type="checkbox"/>	1	1.591850, 79.001882	Ldo. Gustavo Fierro (GAD Municipal)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Centro de recepción de visitantes <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.5928073,-79.0028973	Ldo. Gustavo Fierro (GAD Municipal)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Garitas de guardia <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Miradores <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Torres de salvavidas <input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Senderos <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.592917 -75.001781	GAD MUNICIPAL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>	Estacionamientos <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones: Las principales calles de la ciudad tienen espacios para estacionamiento.								
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alquiler/venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de merchandising de artesanías y <input checked="" type="checkbox"/>	Alquiler/venta especializado de equipo <input type="checkbox"/>	Venta de merchandising de artesanías y <input checked="" type="checkbox"/>	Caja de cambio <input type="checkbox"/>	Caja de cambio <input type="checkbox"/>	Caja de cambio <input type="checkbox"/>	Caja de cambio <input type="checkbox"/>	Caja de cambio <input type="checkbox"/>
Observaciones: Existen cajeros automáticos de diferentes entidades bancarias como Pichincha, BanEcuador, Pacifico, y cooperativas como Guaranda Ltda., San José Ltda., Sigraño Ltda y la Cooperativa Mushuc Runa de ahorro y crédito.								
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO <input checked="" type="checkbox"/>								
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>					
Observaciones: Actualmente el GAD es el ente encargado de conservar el Centro histórico y de mas atractivos de Guaranda.								
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)								
6.1.1.1 Naturales (M)				6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input checked="" type="checkbox"/>	c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	f. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	g. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	i. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>
				j. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>				
				k. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>				
				l. Generación de residuos <input type="checkbox"/>				
				m. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>				
				n. Expansión urbana <input checked="" type="checkbox"/>				
				o. Vandatismo <input checked="" type="checkbox"/>				
Otro <input type="checkbox"/> Especifique:								
Observaciones: Se puede notar pequeños daños en la arquitectura debido a el vandatismo que presenta y a la contaminación del ambiente como basuras.								
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>					
Observaciones:								
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)								
6.2.1.1 Naturales (M)				6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	f. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	g. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	i. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>
				j. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>				
				k. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>				
				l. Generación de residuos <input type="checkbox"/>				
				m. Desarrollo industrial / comercial <input checked="" type="checkbox"/>				
				n. Expansión urbana <input type="checkbox"/>				
				o. Vandatismo <input checked="" type="checkbox"/>				
Otro <input type="checkbox"/> Especifique:								
Observaciones: Se puede notar pequeños daños en la arquitectura debido a los desastres naturales presentados en los últimos tiempos, y las construcciones debido al crecimiento poblacional.								
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>								
a. Declarante:	b. Denominación:	c. Fecha de declaración:	d. Alcance:					
Observaciones:								
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA <input checked="" type="checkbox"/>								
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	potable	Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	potable					
Especifico: EMAPAG		Especifico: EMAPAG						
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público					
Especifico: ONEE-EP		Especifico: ONEE-EP						
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	Red pública	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	Red pública					
Especifico: Administración pública		Especifico: Administración pública						
Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/>	Cero Recolector	Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/>	Cero Recolector					
Especifico: GAD Guaranda		Especifico: GAD Guaranda						
Observaciones: Dentro de la higiene y seguridad turística del Centro Histórico se cuentan con los servicios básicos necesarios para la población y los visitantes.								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	1	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	-	-	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	1	-	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótems direccionales	0	1	-	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de sitio	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Tótem de direccionamiento	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>
c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)			
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>
c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>
e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>
i. Caminata	<input type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>
m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)			
9.2.1 Tangibles e intangibles			
a. Recorridos guiados	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input checked="" type="checkbox"/>
c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	h. Participación en talleres artísticos	<input checked="" type="checkbox"/>
d. Visita a talleres artesanales	<input checked="" type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input checked="" type="checkbox"/>
i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>	g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>
h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>
m. Compra de artesanías	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Convivencia	<input checked="" type="checkbox"/>
o. Medicina ancestral	<input checked="" type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI NO SI			
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)			
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: esta en proceso			
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>			
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL: www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/centro-historico	Todas
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Facebook	Todas
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: ITUR	Todas
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Guaranda TV	Todas
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
Observaciones: Rádios contratadas: Guaranda, Impacto, Turbo Poder, Raíces, Surcos, La propia, Mundo, Satelital, Matiaví			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI NO Especifique: texto			
Observaciones: El lugar es promocionado durante el feriado de carnaval puesto a que es el lugar mas transitado durante esta festividad.			
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI NO SI			
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos			
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input checked="" type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/>	Años de registro: 2018-2019
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:	Anual

c. Temporalidad de visita al atractivo								
Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Febrero				visitas de Número	20000	
Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Mayo, Junio, Julio, Agosto					2000	
d. Llegada de turistas								
<input type="checkbox"/> Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual		<input type="checkbox"/> Turista extranjero		
Ciudades de origen						Países de origen		
Observaciones: Se realiza las estadísticas de manera general, sin desglosar procedencia de nacionalidades y ciudades.								
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>								
Nombre del Informante Clave:				Contactos:				
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>				
Lunes a viernes	Fines de semana	Días feriados	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica <input type="checkbox"/>	
Inexistente <input type="checkbox"/>								
Observaciones:								
12. RECURSO HUMANO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo				d. Número de personas especializadas en turismo				
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):				f. Número de personas capacitadas por temática (M)				
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	Hospitalidad	Inglés	Alemán	
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	Guianza	Francoés	Italiano	
Otro	texto		Sensibilización de discapacitados	Otro	Chino	Otro		
Observaciones: No existe personal directo que trabaje en este atractivo, el ITUR proporciona unicamente la información.								
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)								
El centro histórico de Guaranda en particular, posee un potencial humano, social, antropológico, geográfico, hidrográfico fuera de serie; Guaranda es un destino turístico por sus atractivos sin par, en su zona urbana, Visitar Guaranda es un deleite inigualable, que merecen ser vividas por turistas nacionales y extranjero, "Venga, disfrute, comparta, sienta y viva a Guaranda".								
14. ANEXOS								
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)								
								
Fuente: Cecilia Gavilanes								
b. Ubicación gráfica del Atractivo								
								
Fuente: Google maps								
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)								
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:			APROBADO POR:			
Apellido y Nombre		Apellido y Nombre			Apellido y Nombre			
Institución		Institución			Institución			
Cargo		Cargo			Cargo			
Correo Electrónico		Correo Electrónico			Correo Electrónico			
Teléfono		Teléfono			Teléfono			
Firma		Firma			Firma			
Fecha		Fecha			Fecha			

Código del atractivo:	0	2	0	1	5	5	M	C	0	3	0	6	0	2	0	0	4				
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo						
1. DATOS GENERALES																					
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																					
Fábrica de Confites																					
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo									
MANIFESTACIONES CULTURALES						REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS						CENTROS INDUSTRIALES									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																					
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia									
BOLIVAR						GUARANDA						SALINAS									
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal						2.6 Número			2.7 Transversal						
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales)						2.10 Altura (msnm)									
- 1.40605						-79.01955						3.511									
2.11 Información del administrador																					
a. Tipo de Administrador: Privado						b. Nombre de la Institución: Cooperativa de Producción Agropecuaria El Salnerito															
c. Nombre del Administrador: Alessandro Gotte						d. Cargo que ocupa: Coordinador de la Empresa															
e. Teléfono / Celular: 0996556309						f. Correo Electrónico: empresas.ffss@salnerito.com															
Observaciones: texto																					
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																					
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																					
a. Clima: Frio						b. Temperatura(°C): 5° a 8°						c. Precipitación Pluviométrica (mm): 500 a 3000									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																					
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>						b. Naturaleza <input type="checkbox"/>						c. Aventura <input type="checkbox"/>									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>																					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																					
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención															
		Ingreso		Salida		Todos los días			Fines de semana y feriados			Solo días hábiles			Otro			Especificar			
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		8:00		5:00		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/> texto						
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/> texto						
Pagado <input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/> texto						
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>						f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input checked="" type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>							
e. Precio:		Desde 0.00		Hasta 0.00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>											
g. Meses recomendables de visita:						Todos los meses del año															
Observaciones: El ingreso es libre con atención, todos los días, fines de semana y feriados.																					
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																					
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): Guaranda <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>																					
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		28.3 km		c. Tiempo de desplazamiento en auto: estimado de 0:42 h:min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.: -1.59247		Long.: -79.00105											
Observaciones: Para llegar al atractivo, se inicia un recorrido en vehículo público o privado desde la ciudad de Guaranda como punto de partida el Parque el Libertador.																					
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																					
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado									
		a. Primer orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto											
		b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>		-1.59247, -79.00105		-1.40605, -79.01955		28.3		Asfalto		Regular									
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0		0		Para poder llegar al atractivo el		texto											
Observaciones: Para poder llegar al atractivo el estado de la vía de acceso es un material de Asfalto, sin embargo donde inicia la parroquia salinas las calles se encuentran en reparación por alcantarillado, como punto de partida el Parque el Libertador del cantón Guaranda.																					
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>		Marítimo <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto									
		Lacustre <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto									
		Fluvial <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto									
Observaciones: texto																					
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>						Internacional: <input type="checkbox"/>													
Observaciones: texto																					
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>																					
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>		b. Buseta <input type="checkbox"/>		c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>		d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>		e. Moto taxi <input type="checkbox"/>		f. Teleférico <input type="checkbox"/>											
g. Lancha <input type="checkbox"/>		h. Bote <input type="checkbox"/>		i. Barco <input type="checkbox"/>		j. Canoa <input type="checkbox"/>		k. Avión <input type="checkbox"/>		l. Avioneta <input type="checkbox"/>											
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>		n. Otro <input type="checkbox"/>		Especifique																	
Observaciones: El servicio de transporte es de tipo rutinario y tiene como punto de origen Guaranda y punto de llegada la plaza central de la Parroquia Salinas o viceversa, su valor oscila entre 0,75 ctvs a 1,00 USD dependiendo el tipo de transporte ya sea bus o camioneta.																					

4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>										
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio		b. Estación / terminal		c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)		
				Semanal		Mensual				
				Diario		Trimestral				
Cooperativa Candida Rada (bus)		Plaza del Carnaval Guaranda / Simiatug		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Guaranda / Simiatug - Guaranda / Salinas		
Cooperativa 15 de Mayo (bus)		Parque Montufar Guaranda / Simiatug		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Guaranda / Simiatug		
Cooperativa Salinerito (camioneta)		Plaza Roja Guaranda Plaza Central Salinas		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Guaranda / Salinas		
Cooperativa Antonio Polo (camioneta)		Pedro Carbo Guaranda / Ingreso Sur de la Parroquia Salinas Ref.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Guaranda / Salinas		
texto		texto		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>										
General <input type="checkbox"/>		Discapacidad Física <input type="checkbox"/>		Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>		Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>		Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>		d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: El atractivo no cuenta con condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad.										
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>										
a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		Estado (U)		Bueno <input checked="" type="checkbox"/>		Regular <input type="checkbox"/>		Malo <input type="checkbox"/>		
Observaciones: Al ingresar a la parroquia Salinas se puede observar pictogramas de las fabricas, minas de sal, artesanias y parqueadero.										
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input checked="" type="checkbox"/>										
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>										
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>										
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>					
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas			
Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel <input checked="" type="checkbox"/>	7	206	454			
Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal <input checked="" type="checkbox"/>	7	109	240			
Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Observaciones: En el atractivo no existe alojamiento, sin embargo en la comunidad Salinas, según el Catastro Turístico Nacional se encuentra registrado un Hostal de tercera categoría con 17 habitaciones y 61					Observaciones: La información corresponde a los establecimientos de alojamiento ubicados Guaranda registrados en el Catastro del Mintur del 2019.					
Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas			
Restaurantes <input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/>	40	426	1704			
Cafeterías <input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/>	14	113	452			
Bares <input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares <input checked="" type="checkbox"/>	8	71	284			
Fuentes de soda <input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda <input checked="" type="checkbox"/>	8	71	71			
Observaciones: En el atractivo no existe establecimientos de alimento y Bebidas, sin embargo en la comunidad Salinas, según el Catastro Turístico Nacional se encuentra registrado 3 Restaurantes, 1 Cafetería, 1					Observaciones: La información corresponde a los establecimientos alimenticios ubicados en la Cabecera Cantonal registrados en el Catastro del Mintur del 2019.					
Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados					
Mayoristas <input type="checkbox"/>	0			Mayoristas <input type="checkbox"/>	0					
Internacionales <input type="checkbox"/>	0			Internacionales <input type="checkbox"/>	0					
Operadoras <input type="checkbox"/>	0			Operadoras <input checked="" type="checkbox"/>	1					
Observaciones: De acuerdo con el catastro nacional no existe operadoras, ni agencias, pero cuenta con un Centro de Turismo Comunitario.					Observaciones: La información corresponde a una operadora ubicado en el cantón Guaranda, registrados en el Catastro del Mintur del 2019.					
Guía <input type="checkbox"/>	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Guía <input checked="" type="checkbox"/>	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	
	1	6	0	Aventura		1	1	0	Aventura	
Observaciones: La información de guías fue extraído del Catastro Nacional de Guías del 19 de noviembre del 2019, de los cuales 5 de los 6 Guías Nacionales están por aprobación de examen.					Observaciones: El canton Guaranda cuenta con un guia local y 1 guia nacionales según datos registrados en el catastro Nacional de Guías.					

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)		
						B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.40465, -79.01974	CTC Matlavi Salinas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.40465, -79.01974	CTC Matlavi Salinas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardería <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de salvavidas <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones desombra y descanso <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.40554, -79.01893	Junta Parroquial Salinas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones: texto								
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>				Alquiler y venta de equipo especializado <input checked="" type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>		
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>				Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Especifique: texto					Especifique: texto			
Observaciones: Como ciudad cercana al cantón Guaranda, Existen cajeros automaticos de diferentes entidades bancarias como Pichincha, BanEcuador, Pacifico, y Cooperativas como Guaranda Limitada, San José Limitada, Sagrario Limitada y la Cooperativa Mushuc Runa de ahorro y crédito.								
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO						SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>			d. Deteriorado <input type="checkbox"/>			
Observaciones: La fabrica se encuentra en estado conservado								
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)								
6.1.1.1 Naturales (M)				6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>			b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>			
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>			e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>			
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>			h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>			
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>			k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>			
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>			n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>			
Otro <input type="checkbox"/> Especifique: texto								
Observaciones:								
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>			d. Deteriorado <input type="checkbox"/>			
Observaciones: Entorno Conservado								
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)								
6.2.1.1 Naturales (M)				6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>			b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>			
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input checked="" type="checkbox"/>			e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>			
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>			h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>			
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>			k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>			
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>			n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>			
Otro <input type="checkbox"/> Especifique: texto								
Observaciones: Los factores antes señalados están alterando el entorno al atractivo, una de las principales causas es la contaminación por parte de la fábrica de la Hilandería, ya que desechan el diesel que usan las maquinarias para producir , contaminando el río.								
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>								
a. Declarante: texto	b. Denominación: texto	c. Fecha de declaración: texto	d. Alcance: texto					
Observaciones: texto								

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.1 Servicios Básicos						<input checked="" type="checkbox"/>					
a. En el atractivo			<input checked="" type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano			<input checked="" type="checkbox"/>		
Agua:	<input checked="" type="checkbox"/>	Potable	Agua:	<input checked="" type="checkbox"/>	Potable						
Específico:	Junta Administradora		Específico:	EMAPA- G							
Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público						
Específico:	CNEL EP		Específico:	texto							
Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red pública	Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red pública						
Específico:	GAD Guaranda		Específico:	GAD Guaranda							
Disposición de desechos	<input checked="" type="checkbox"/>	Carro Recolector	Disposición de desechos	<input checked="" type="checkbox"/>	Carro Recolector						
Específico:	Gad Guaranda		Específico:	Gad Guaranda							
Observaciones:	texto										
7.2 Señalética en el atractivo						<input checked="" type="checkbox"/>					
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado					
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M			
En áreas urbanas <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0		0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Pictograma de atractivos culturales	0		1	Gigantografía	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0		0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Pictograma de atractivos culturales	0		0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
Letrenos informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Normativos de concientización	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Otros <input type="checkbox"/>	texto										
Observaciones:	En la fábrica se puede encontrar señaléticas preventivas e informativas.										
7.3 Salud (más cercano) (M)						<input checked="" type="checkbox"/>					
a. En el atractivo			<input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano			<input checked="" type="checkbox"/>		
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>		0		Hospital o Clínica	<input checked="" type="checkbox"/>		2			
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0		Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>		6			
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0		Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0		Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0			
Otros	<input type="checkbox"/>		0		Otros	<input type="checkbox"/>		0			
Observaciones:	En el atractivo no existe un centro de salud, sin embargo en el centro de salinas cuenta con un Horario de atención: 8:00 a 16:00. En la ciudad mas cercana como referencia Guaranda, cuenta con 2 Hospitales y 7 centro de salud Centro de Salud y esta ubicado en la calle Tibosungo										
7.4 Seguridad (M)						<input checked="" type="checkbox"/>					
a. Privada	<input type="checkbox"/>		texto		Detalle						
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		La parroquia Salinas cuenta con una Unidad de Policía Comunitaria (UPC) el mismo que brinda seguridad las 24h00 a sus ciudadanos de lunes a Domingo y esta interconectado al ECU911.								
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto								
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto								
Observaciones:	texto										
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)						<input checked="" type="checkbox"/>					
a. En el atractivo			<input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano			<input type="checkbox"/>		

Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Linea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>		Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Linea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>	
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>			Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones: texto							
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>							
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto							
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>							
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento. texto		Nombre del documento: texto		Año de elaboración: <input type="text" value="0"/>	
Observaciones: Las multiamenazas se pueden ocasionar por los sismos							
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?				SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Año de elaboración:	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?				SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:	
texto							
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:	
texto							
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:	
texto							
Observaciones: texto							
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>							
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>							
a. Buceo <input type="checkbox"/>		b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>		c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>		d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>	
e. Surf <input type="checkbox"/>		f. Kite surf <input type="checkbox"/>		g. Rafting <input type="checkbox"/>		h. Snorkel <input type="checkbox"/>	
i. Tubing <input type="checkbox"/>		j. Regata <input type="checkbox"/>		k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>		l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>		n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>		o. Parasailing <input type="checkbox"/>		p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>		r. Boya <input type="checkbox"/>		s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>		Otro <input type="checkbox"/> texto	
Observaciones: texto							
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>							
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>		b. Canopy <input type="checkbox"/>		c. Parapente <input type="checkbox"/>		d Otro <input type="checkbox"/> texto	
Observaciones: texto							
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>							
a. Montañismo <input type="checkbox"/>		b. Escalada <input type="checkbox"/>		c. Senderismo <input type="checkbox"/>		d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	
e. Canyoning <input type="checkbox"/>		f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>		g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>		h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	
i. Caminata <input type="checkbox"/>		j. Camping <input type="checkbox"/>		k. Picnic <input type="checkbox"/>		l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>		n. Otro <input type="checkbox"/>		texto			
Observaciones: texto							

9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/>																											
9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>																											
a. Recorridos guiados <input checked="" type="checkbox"/>				b. Recorrido autoguiados <input checked="" type="checkbox"/>				c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>																			
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>				d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>				i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>																			
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>				f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>				i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>																			
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>				h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>				g. Fotografía <input type="checkbox"/>																			
j. Degustación de platos tradicionales <input checked="" type="checkbox"/>				l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>				m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>																			
n. Convivencia <input type="checkbox"/>				o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>				Otro <input checked="" type="checkbox"/> Compra de productos de queso																			
Observaciones: texto																											
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																											
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)																											
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: texto																											
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>																											
Medio Promocional				Dirección y nombre de los medios promocionales				Periodicidad de la promoción																			
a. Página WEB <input checked="" type="checkbox"/>				URL: www.sallinerito.com				Anual																			
b. Red Social <input checked="" type="checkbox"/>				Nombre: Facebook, Instagram				Todas																			
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>				Nombre: texto				Ninguna																			
d. Material POP <input type="checkbox"/>				Nombre: texto				Ninguna																			
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>				Nombre: texto				Ninguna																			
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>				Nombre: texto				Ninguna																			
g. Asistencia a ferias turísticas <input checked="" type="checkbox"/>				Nombre: Festival del Queso y la cultura Andina				Anual																			
h. Otro <input type="checkbox"/>				Nombre: texto				Ninguna																			
Observaciones: El consorcio FUNCONQUERUCOM son los encargados de realizar promoción en redes sociales de la marca el salinerito																											
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto																											
Observaciones: El centro de turismo comunitario oferta el atractivo como parte de un paquete turístico.																											
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																											
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>																											
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tipo: Digital <input checked="" type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro: 0																											
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: Ninguna																											
c. Temporalidad de visita al atractivo																											
Alta (meses) <input checked="" type="checkbox"/>		Marzo, Abril, Mayo, Junio, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre						0																			
Baja (meses) <input checked="" type="checkbox"/>		Enero, Febrero, Diciembre						0																			
d. Llegada de turistas																											
<input type="checkbox"/> Turista nacional				Llegadas mensuales		Total anual		<input type="checkbox"/> Turista extranjero				Llegadas mensuales		Total Anual													
Ciudades de origen		Quito		0		0		Países de origen		Alemania		0		0													
		Ibarra		0		0				E.E.U.U		0		0													
		Guayaquil		0		0				Italia		0		0													
Observaciones: texto																											
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>																											
Nombre del Informante Clave: texto						Contactos: (+593)																					
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>						Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>																					
Lunes a viernes		0		Fines de semana		0		Días feriados		0		Permanente		<input type="checkbox"/>		Estacional		<input type="checkbox"/>		Esporádica		<input type="checkbox"/>		Inexistente		<input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto																											
12. RECURSO HUMANO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																											
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input checked="" type="checkbox"/>						5		d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>						0													

e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input checked="" type="checkbox"/>	f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input checked="" type="checkbox"/>	g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M) <input type="checkbox"/>
Primaria 0 Secundaria 1	Primeros Auxilios 0 Hospitalidad 0	Inglés 0 Alemán 0
Tercer Nivel 4 Cuarto Nivel 0	Atención al Cliente 1 Guianza 0	Francés 0 Italiano 0
Otro <input type="text"/>	Sensibilización de discapacidades 0 Otro <input type="text"/>	Chino 0 Otro <input type="text"/>

Observaciones:

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

la Fábrica de Confites elabora un amplia gama de chocolates, de una manera artesanal, utilizando la mejor materia prima: el Cacao Ecuatoriano "Nacional Fino de Aroma". Además el turista tiene la experiencia de realizar su propio chocolate, en la parte superior de la fábrica se encuentra el punto de venta de los productos.

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: Propia

b. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: My Maps : <https://www.google.com/maps/d/edit?hl=es&mid=1SdX8Q6JyAMwb74W0d76XJdEeg9OWIVk&ll=-1.4062405287693343%2C-79.02059173859573&z=18>

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
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

Código del atractivo:	0	2	0	1	0	1	M	C	0	1	0	2	0	3	0	0	5						
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo								
1. DATOS GENERALES																							
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																							
MUSEO DEL CARNIVAL "LA GUITARRA"																							
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo											
MANIFESTACIONES CULTURALES						ARQUITECTURA						INFRAESTRUCTURA CULTURAL											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																							
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia											
BOLIVAR						GUARANDA						ÁNGEL POLIBIO CHÁVES											
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal						2.6 Número			2.7 Transversal								
Loma San Jacinto						La Prensa																	
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales)						Click			2.10 Altura (msnm)								
-1.59823						-79.00599									2.746m								
a. Tipo de Administrador: Público b. Nombre de la Institución: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda.																							
c. Nombre del Administrador: Lodo, José Vizcaino d. Cargo que ocupa: Administrador del Museo del Carnaval																							
e. Teléfono / Celular: 0990528924 f. Correo Electrónico: gallovizcaino@yahoo.es																							
Observaciones:																							
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																							
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Clima: Frio						b. Temperatura(°C): 14°-17°						c. Precipitación Pluviométrica (mm): 500 a 1500											
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>						b. Naturaleza <input type="checkbox"/>						c. Aventura <input type="checkbox"/>											
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Prístino <input type="checkbox"/>						b. Primitivo <input type="checkbox"/>						c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>						d. Rural <input type="checkbox"/>			e. Urbano <input checked="" type="checkbox"/>		
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Tipo de Ingreso			b. Horario de Atención						c. Atención														
			Ingreso		Salida		Todos los días			Fines de semana y feriados			Solo días hábiles			Otro			Especificar				
Libre <input checked="" type="checkbox"/>			08:00h		17:00h		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>							
Restringido <input type="checkbox"/>							<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>							
Pagado <input type="checkbox"/>							<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>							
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>						f. Forma de Pago:			Efectivo <input type="checkbox"/>			Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>			Depósito Bancario <input type="checkbox"/>			Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					
e. Precio:			Desde 0,00		Hasta 0,00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>			Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>			Cheque <input type="checkbox"/>										
g. Meses recomendables de visita:						Todo el Año																	
Observaciones: Horario de atención de las dependencias municipales de 08:00h a 17:00h; el ingreso al museo es gratuito.																							
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																							
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): Guaranda																							
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: 1,3 km						c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 00:05 h/min			d. Coordenadas (grados decimales):			Lat.: -1.59247			Long.: -79.00105								
Observaciones: La distancia es de 1,3 kilómetros tomando como punto de inicio el Parque "El Libertador" hasta el museo del Carnaval, con un tiempo aproximado de 5 minutos.																							
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>						Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado							
						a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>		-1.59247, -79.00105		-1.59823, -79.00599		1,3		adoquín de piedra y asfaltado		Bueno							
						b. Segundo orden <input type="checkbox"/>																	
						c. Tercer orden <input type="checkbox"/>																	
Observaciones:																							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>						Marítimo <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		Puerto / Muelle de Llegada		texto		texto		texto							
						Lacustre <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		Puerto / Muelle de Llegada		texto		texto		texto							
						Fluvial <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		Puerto / Muelle de Llegada		texto		texto		texto							
Observaciones: texto																							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>						Nacional: <input type="checkbox"/>						Internacional: <input type="checkbox"/>											
Observaciones: texto																							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>			b. Busetas <input type="checkbox"/>			c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>			d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>			e. Moto taxi <input type="checkbox"/>			f. Teleférico <input type="checkbox"/>								
g. Lancha <input type="checkbox"/>			h. Bote <input type="checkbox"/>			i. Barco <input type="checkbox"/>			j. Canoa <input type="checkbox"/>			k. Avión <input type="checkbox"/>			l. Avioneta <input type="checkbox"/>								
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>			n. Otro <input checked="" type="checkbox"/>			Especifique Ferri Turístico																	
Observaciones: Al museo llega un ferri turístico que realiza la ruta desde el parque cenar y es administrado por el GAD.																							

4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio		b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)				
			Dia- ria	Seman- al	Mensual	Eventual					
Cooperativa de Transporte Cándido Rada		Av. John F. Kennedy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	toda la ciudad y parte rural				
Cooperativa de Taxis El Libertador		10 de Agosto y Convención de 1884	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	toda la ciudad				
Cooperativa de Taxis Siete Colinas		7 de Mayo y Garcia Moreno	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	toda la ciudad				
Camionetas en general			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	toda la ciudad				
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
General	<input checked="" type="checkbox"/>	Discapacidad Física	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible	<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones:		Para el ingreso a este atractivo no cuenta con rampas de accesibilidad para personas con discapacidad pero en el interior del museo si tiene dichos accesos									
4.5 Señalización											
a. Señalización de aproximación al atractivo		<input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:		Existe rotulación turística de direccionamiento al atractivo									
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS					SI	NO	S/I				
5.1 Planta turística (M)											
a. En el Atractivo					b. En la ciudad o poblado cercano						
Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas				
Hotel	<input type="checkbox"/>			Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	7	206	454			
Hostal	<input type="checkbox"/>			Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	7	109	240			
Hostería	<input type="checkbox"/>			Hostería	<input type="checkbox"/>						
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>			Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>						
Lodge	<input type="checkbox"/>			Lodge	<input type="checkbox"/>						
Resort	<input type="checkbox"/>			Resort	<input type="checkbox"/>						
Refugio	<input type="checkbox"/>			Refugio	<input type="checkbox"/>						
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>			Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>						
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>			Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>						
Observaciones: No existe					Observaciones: Se toma como referencia a la información de establecimientos de alojamiento ubicados en la parte urbana del cantón Guaranda, fueron extraídos del catastro						
Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas				
Restaurantes	<input type="checkbox"/>			Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	40	426	1704			
Cafeterías	<input type="checkbox"/>			Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	14	113	452			
Bares	<input type="checkbox"/>			Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	8	71	284			
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>			Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	12	39	156			
Observaciones: Existe una cafetería llamada "Achachay" con 5 mesas y 25 plazas					Observaciones: Se toma como referencia a la información de establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en la parte urbana del cantón Guaranda, fueron extraídos del						
Agencias de Viaje		Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		Establecimientos registrados					
Mayoristas	<input type="checkbox"/>			Mayoristas	<input type="checkbox"/>						
Internacionales	<input type="checkbox"/>			Internacionales	<input type="checkbox"/>						
Operadoras	<input type="checkbox"/>			Operadoras	<input checked="" type="checkbox"/>		1				
Observaciones: texto					Observaciones: La información de establecimientos de operadoras o agencias de viajes ubicados en la parte urbana del cantón Guaranda, fueron extraídos del catastro nacional del 2019.						
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura		
<input checked="" type="checkbox"/>	1		0	Aventura	0	<input checked="" type="checkbox"/>	1	1	Aventura	0	
Observaciones: La persona que se encuentra en el punto de información es Guía local y se encarga de hacer los recorridos en caso que la soliciten.					Observaciones: La información de Guías fue extraído del catastro nacional de guías del 19 de noviembre del 2019.						

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>							
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	B	Estado (U) R M
a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/>	Punto de Información <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.598349, -79.006003	Eva del Salto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Tor <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.598347, -79.006108	Jose Vizziano	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.598349, -79.006003	Eva del Salto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input checked="" type="checkbox"/>	Garitas de guardiana <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.598351, -79.005996	Jose Vizziano	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Mercedes <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.598352, -79.005998	Jose Vizziano	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Estaciones de descanso <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.598318, -79.006117	Eva del Salto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.598156, -79.006102		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
Observaciones: Hay un amplio espacio para estacionamiento alrededor del atractivo.							
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Aquiler y venta especializado <input type="checkbox"/>	equipo <input type="checkbox"/>	Venta merchandising de artesanías <input type="checkbox"/>	y <input type="checkbox"/>	Aquiler y venta especializado <input checked="" type="checkbox"/>	de equipo <input checked="" type="checkbox"/>	Venta merchandising de artesanías <input checked="" type="checkbox"/>	y <input checked="" type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>		Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	
Especifique:							
Observaciones: Siendo un sitio desolado, no existe ninguno de estos servicios, pero se los puede encontrar en el centro de guaranda para lograr satisfacer gustos y necesidades del turista.							
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO <input checked="" type="checkbox"/>							
				SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>		d. Deteriorado <input type="checkbox"/>			
Observaciones: Este atractivo esta conservado porque se puso en funcionamiento hace aproximadamente dos años.							
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)							
6.1.1.1 Naturales (M)				6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)			
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:	
a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>
i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>	
Observaciones: Actualmente el atractivo se encuentra conservado. En temporadas de invierno el clima es poco favorable para el ingreso ya que existe la presencia de charcos de agua.							
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>		d. Deteriorado <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)							
6.2.1.1 Naturales (M)				6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)			
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:	
a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>
i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>	
Observaciones:							
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Declarante: GAD-Guaranda	b. Denominación: Museo del Carnaval	c. Alcance: Cantonal	b. Fecha de declaración: 2017				
Observaciones: El Gobierno Autonomo Descentralizado del Cantón Guaranda los declaro como museo del carnaval en el año 2017.							
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA <input checked="" type="checkbox"/>							
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>		
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	potable <input checked="" type="checkbox"/>			Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	potable <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique: EMMAPAG				Especifique: EMMAPAG			
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público			Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público		
Especifique: CNEL EP				Especifique: CNEL EP			
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	Red pública			Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	Red pública		
Especifique: Administración Municipal				Especifique: Administración Municipal			
Deposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>	Carro Recolector			Deposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>	Carro Recolector		
Especifique: GAD Guaranda				Especifique: GAD Guaranda			
Observaciones: El servicio de recolección para el atractivo es de una vez a la semana los días viernes o cuando la situación lo amerite.							

7.2 Señalética en el atractivo											
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3 Materialidad				7.2.4 Estado					
		a. Madera	b. Aluminio	c. Oro	Especifique	B	R	M			
En áreas urbanas	Pictograma de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Pictograma de atractivos culturales	1				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Pictograma de actividades turísticas	1				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Pictograma de servicios de apoyo	1				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Pictogramas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Tótems de atractivos turísticos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Tótem de sitio					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Tótems direccionales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
En áreas naturales	Pictograma de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Pictograma de atractivos culturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Pictograma de actividades turísticas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Pictograma de servicios de apoyo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Pictogramas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Señales turísticas de aproximación					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Panel informativo de atractivos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Mesas interpretativas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Tótem de sitio					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Tótem de direccionamiento					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
Letreros informativos	De información botánica					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Normativos de concientización					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Señalética interna de seguridad	Protección de los elementos del atractivo	2				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Otros											
Observaciones:											
7.3 Salud (más cercano) (M)											
a. En el atractivo					b. En la ciudad o poblado más cercano						
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>				Hospital o Clínica	<input checked="" type="checkbox"/>			2		
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>				Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>			6		
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>				Dispensario médico	<input type="checkbox"/>			0		
Botiquín de primeros auxilios	<input checked="" type="checkbox"/>				Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>					
Otros	<input type="checkbox"/>				Otros	<input checked="" type="checkbox"/>					
Observaciones: Se toma en consideración la ciudad de Guaranda, también existe el apoyo de la cruz roja para cualquier peligro.											
7.4 Seguridad (M)											
a. Privada	<input checked="" type="checkbox"/>	Del año	Guardias								
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		Ecu 911								
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>										
d. Otra	<input type="checkbox"/>										
Observaciones: La Policía Nacional hace recorridos regulares por el vecindario y por el atractivo.											
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)											
a. En el atractivo					b. En la ciudad o poblado más cercano						
Telefonía (M)	<input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a internet (M)			<input checked="" type="checkbox"/>	Telefonía (M)	<input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a internet (M)		<input checked="" type="checkbox"/>	
Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input checked="" type="checkbox"/>	Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input checked="" type="checkbox"/>
Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input checked="" type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	<input checked="" type="checkbox"/>	Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input checked="" type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	<input checked="" type="checkbox"/>
Satélite	<input checked="" type="checkbox"/>	Telefonía móvil			<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input checked="" type="checkbox"/>	Telefonía móvil		<input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones: La red wifi es facilitada por el GAD-Guaranda, existe facilidad de líneas telefónicas de las operadoras de claro, movistar y para conectividad a internet existe las redes de CNT, y Netfibe.											
Radio portátil (U)	<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para el visitante			<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna		<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia		<input type="checkbox"/>
Observaciones:											
7.6 Multiamenazas (M)											
Deslaves	<input type="checkbox"/>	Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas	<input checked="" type="checkbox"/>	Incendios forestales	<input checked="" type="checkbox"/>				
Sequía	<input type="checkbox"/>	Inundaciones	<input type="checkbox"/>	Agujites	<input type="checkbox"/>	Tsunami	<input type="checkbox"/>				
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	<input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento:		Gov. Municipal	Nombre documento:	del	Año elaboración:	de			
Observaciones: El GAD-Guaranda cuenta con la Unidad de Riesgos quienes son los encargados de efectuar el Plan de Contingencia y asegurar que la ciudadanía observe debidamente las indicaciones para evitar consecuencias graves en caso de una emergencia. De igual existe un mapa de un plan de contingencia.											
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES											
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Año de elaboración:						
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:						
En proceso											
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Para la gestión del museo se establece una Ordenanza y su respectivo Reglamento Interno											
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones: No cuentan con políticas y regulaciones porque aún están en proceso.											

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)				SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)				<input type="checkbox"/>						
9.1.1 En el Agua (M)				<input type="checkbox"/>						
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	e. Surf	<input type="checkbox"/>	
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>	
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>	
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/> texto	
Observaciones:				texto						
9.1.2 En el Aire (M)				<input type="checkbox"/>						
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>	texto		
Observaciones:				texto						
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)				<input type="checkbox"/>						
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>	
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	texto		
Observaciones:										
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)				<input checked="" type="checkbox"/>						
9.2.1 Tangibles e intangibles				<input checked="" type="checkbox"/>						
a. Recorridos guiados	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input checked="" type="checkbox"/>					
h. Participación en talleres artísticos	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>					
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input checked="" type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input checked="" type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>					
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input checked="" type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>					
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>					
n. Convivencia	<input checked="" type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>					
Observaciones:				Existe una serie de actividades que el visitante puede observar o ser parte de ella, hay representaciones en vivo, exposición de piezas, muestras, obras de la cultura carnavalesca, como vestimenta de los taitas y reinas, bebidas, coplas, etc.						
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO				SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)										
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?				SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: esta en proceso		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?				SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>			
Medio Promocional	<input checked="" type="checkbox"/>	Dirección y nombre de los medios promocionales				Periodicidad de la promoción				
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL: www.guaranda.gob.ec				Todas				
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Facebook				Todas				
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:								
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:								
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: ITUR				Todas				
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Guaranda TV				Todas				
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre:								
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre:								
Observaciones:				Radios contratadas: Guaranda, Impacto, Turbo Poder, Raíces, Surcos, La propia, Mundo, Satelital, Matlavi						
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)				SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: texto		
Observaciones:				El GAD unicamente promociona a través de la plataforma facebook.						
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)				SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos				<input type="checkbox"/>						
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Tipo: Digital	<input checked="" type="checkbox"/>	Papel	<input checked="" type="checkbox"/>	Años de registro	1
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:		Mensual			
c. Temporalidad de visita al atractivo										
Alta (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Febrero, Marzo, Diciembre				16403				
Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Julio, Agosto				800				
d. Llegada de turistas										
<input checked="" type="checkbox"/>	Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input checked="" type="checkbox"/>	Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual			
Ciudades de origen	Guayaquil		547	Paises de origen	Estados Unidos		154			
	Quito		1178		Colombia		35			
	Riobamba		446		America		154			
Observaciones:				Las estadísticas de visitantes se toman a partir del mes de junio por cambios de administración del atractivo.						

11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input checked="" type="checkbox"/>			
Nombre del Informante Clave: Eva del Salto		Contactos: 0985257207	
Demanda según días de visita <input checked="" type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input checked="" type="checkbox"/>	
Lunes a viernes	Fines de semana x	Días feriados x	Permanente <input checked="" type="checkbox"/> Estacional <input type="checkbox"/> Esporádica <input type="checkbox"/> Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones: Turistas nacionales y extranjeros durante todo el año en mínimas cantidades.			
12. RECURSO HUMANO			SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo 6		d. Número de personas especializadas en turismo <input checked="" type="checkbox"/> 6	
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input checked="" type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>	
Primaria	Secundaria 2	Primeros Auxilios	Hospitalidad
Tercer Nivel 4	Cuarto Nivel	Atención al Cliente 2	Guianza 1
Otro texto		Sensibilización de discapacidades	Otro
g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
	Inglés 1	Alemán	
	Francés	Italiano	
	Chino	Otro	
Observaciones:			
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)			
El Museo del Carnaval está ubicado en la Colina San Jacinto del Cantón Guaranda. Este espacio cultural, turístico y educativo, busca integrar a los diversos sectores de la sociedad a la conservación y difusión de todas y cada una de las expresiones culturales reflejadas en torno a la Fiesta Mayor de Guaranda "El Carnaval".			
14. ANEXOS			
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)			
			
Fuente: Propia			
b. Ubicación gráfica del Atractivo			
			
Fuente: Google maps			
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)			
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	
Institución	Institución	Institución	
Cargo	Cargo	Cargo	
Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico	
Teléfono	Teléfono	Teléfono	
Firma	Firma	Firma	
Fecha	Fecha	Fecha	

Código del atractivo:	0	2	0	1	5	5	M	C	0	3	0	6	0	2	0	0	6
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Fábrica de Quesos																	
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo					
MANIFESTACIONES CULTURALES						REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS						CENTROS INDUSTRIALES					
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia					
BOLIVAR						GUARANDA						SALINAS.					
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal						2.6 Número			2.7 Transversal		
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales)						2.10 Altura (msnm)					
-1.40916						-19.02458						3.513					
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: Privado						b. Nombre de la Institución: Cooperativa de Producción Agropecuaria El Salinero											
c. Nombre del Administrador: Armando Toalombo						d. Cargo que ocupa: Gerente											
e. Teléfono / Celular: 032-210-029						f. Correo Electrónico: cooperativa@salinero.com											
Observaciones: texto																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas																	
a. Clima: Frio						b. Temperatura(°C): 5° a 8°						c. Precipitación Pluviométrica (mm): 500 a 3000					
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																	
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>						b. Naturaleza <input type="checkbox"/>						c. Aventura <input type="checkbox"/>					
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																	
3.4 Ingreso al atractivo (U)																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención											
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles			Otro			Especificar			
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		8:00	5:00	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto			
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto			
Pagado <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto			
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input checked="" type="checkbox"/>			Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>				
e. Precio:		Desde	0.00	Hasta	0.00	Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>			Cheque <input type="checkbox"/>						
g. Meses recomendables de visita:				Todos los meses del año													
Observaciones: texto																	
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): Guaranda																	
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		28.3	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:42	n/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	-1.59247	Long.:	-79.00105				
Observaciones: Para llegar al atractivo, se inicia un recorrido en vehículo público o privado desde la ciudad de Guaranda como punto de partida el Parque el Libertador.																	
4.2 Vías de Acceso (M)																	
a. Terrestre (M)		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado					
		a. Primer orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto							
		b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>		-1.59247, -79.00105		-1.40916, -79.02458		28.3		Asfalto		Regular					
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0		0		Para poder llegar al atractivo al		texto							
Observaciones: Para poder llegar al atractivo el estado de la vía de acceso es un material de Asfalto, sin embargo donde inicia la parroquia salinas las calles se encuentran en reparación por alcantarillado, como punto de partida el Parque el Libertador del cantón Guaranda.																	
b. Acuático (U)		Marítimo <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Para poder llegar al atractivo el estado de la vía de acceso es		texto							
		Lacustre <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Puerto / Muelle de Llegada		texto							
		Fluvial <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Puerto / Muelle de Llegada		texto							
Observaciones: texto																	
c. Aéreo (U)		Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>													
Observaciones: texto																	
4.3 Servicio de transporte (M)																	
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>		b. Buseta <input type="checkbox"/>		c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>		d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>		e. Moto taxi <input type="checkbox"/>		f. Teleférico <input type="checkbox"/>							
g. Lancha <input type="checkbox"/>		h. Bote <input type="checkbox"/>		i. Barco <input type="checkbox"/>		j. Canoa <input type="checkbox"/>		k. Avión <input type="checkbox"/>		l. Avioneta <input type="checkbox"/>							
m. Helicóptero <input checked="" type="checkbox"/>		n. Otro <input type="checkbox"/>		Especifique													
Observaciones: El servicio de transporte es de tipo rutinario y tiene como punto de origen Guaranda y punto de llegada la plaza central de la Parroquia Salinas o viceversa, su valor oscila entre 0.75 cts a 1.00 USD dependiendo el tipo de transporte ya sea bus o camioneta.																	

4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>										
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio		b. Estación / terminal		c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)		
Cooperativa Candia Rada (bus)		Plaza del Guaranda / Simiatug	Camaval	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Guaranda / Simiatug - Guaranda / Salinas		
Cooperativa 15 de Mayo (bus)		Parque Guaranda / Simiatug	Montufar	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Guaranda / Simiatug		
Cooperativa Salmerito (camioneta)		Plaza Roja - Guaranda Plaza Central Salinas	/	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Guaranda / Salinas		
Cooperativa Antonio Polo (camioneta)		Pedro Lasso Guaranda / Ingreso Sur de la Parroquia Salinas Ref.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Guaranda / Salinas		
texto		texto		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>										
General <input type="checkbox"/>		Discapacidad Física <input type="checkbox"/>		Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>		Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>		Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>		d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: El atractivo no cuenta con condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad.										
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>										
a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		Estado (U)		Bueno <input type="checkbox"/>		Regular <input checked="" type="checkbox"/>		Malo <input type="checkbox"/>		
Observaciones: Existe una señalética turística al inicio de la comunidad de Salinas, sin embargo es escasa dentro de la ruta para llegar al atractivo.										
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input checked="" type="checkbox"/>										
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>										
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>					
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas			
Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel <input checked="" type="checkbox"/>	7	206	454			
Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal <input checked="" type="checkbox"/>	7	109	240			
Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0			
Observaciones: En el atractivo no existe alojamiento, sin embargo en la comunidad Salinas, según el Catastro Turístico Nacional se encuentra registrado un total de establecimientos de alojamiento en el				Observaciones: La información correspondiente a los establecimientos de alojamiento ubicados en Guaranda registrados en el Catastro de Mesas de Plazas						
Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas			
Restaurantes <input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/>	40	426	1704			
Cafeterías <input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/>	14	113	462			
Bares <input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares <input checked="" type="checkbox"/>	8	71	284			
Fuentes de soda <input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda <input checked="" type="checkbox"/>	8	71	71			
Observaciones: En el atractivo no existe establecimiento de alimentos y bebidas, sin embargo en la comunidad Salinas, según el Catastro Turístico Nacional se encuentra registrado 3 Restaurantes, 1 Cafetería, 1 Bares y 1 Fuente de soda.				Observaciones: La información correspondiente a los establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en la Cabeceza Cantonal de Guaranda registrados en el Catastro del MINTUR						
Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>				Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>						
Mayoristas <input type="checkbox"/>				Mayoristas <input type="checkbox"/>						
Internacionales <input type="checkbox"/>				Internacionales <input type="checkbox"/>						
Operadoras <input type="checkbox"/>				Operadoras <input checked="" type="checkbox"/>						
Observaciones: De acuerdo con el catastro nacional no existe operadoras, ni agencias, pero cuenta con un Centro de Turismo Comunitario.				Observaciones: La información correspondiente a una operadora ubicada en el cantón Guaranda, registrados en el Catastro del MINTUR						
Guía Local <input type="checkbox"/>	Nacional <input type="checkbox"/>	Nacional Especializado <input type="checkbox"/>	Cultura <input type="checkbox"/>	Guía Local <input checked="" type="checkbox"/>	Nacional <input type="checkbox"/>	Nacional Especializado <input type="checkbox"/>	Cultura <input type="checkbox"/>			
1	6	0	Aventura	1	1	0	Aventura			
Observaciones: La información de guías fue extraída del Catastro Nacional de Guías del 19 de noviembre del 2019, de los cuales 5 de los 6 Guías nacionales están disponibles de acceso.				Observaciones: El cantón Guaranda cuenta con un guía local y nacionales según datos registrados en el catastro Nacional de Guías.						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>										
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)				
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.40465, -79.01974	CTC Matavi Salinas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	I-Tur <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de recepción de visitantes <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.40465, -79.01974	CTC Matavi Salinas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiamia <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Miradores <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.40564, -79.01893	Junta Parroquial Salinas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros <input type="checkbox"/>	Estacionamientos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Observaciones: texto	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>								
a. Declarante: <input type="text"/>		b. Denominación: <input type="text"/>		b. Fecha de declaración: <input type="text"/>		c. Alcance: <input type="text"/>		
Observaciones: <input type="text"/>								
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA						SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Agua: <input checked="" type="checkbox"/>		Potable		Agua: <input checked="" type="checkbox"/>		Potable		
Especifique: Junta Administradora				Especifique: EMAPA- G				
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>		Red eléctrica de servicio público		Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>		Red eléctrica de servicio público		
Especifique: CNEL EP				Especifique: <input type="text"/>				
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>		Red pública		Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>		Red pública		
Especifique: GAD Guaranda				Especifique: GAD Guaranda				
Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/>		Carro Recolector		Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/>		Carro Recolector		
Especifique: Gad Guaranda				Especifique: GaD Guaranda				
Observaciones: <input type="text"/>								
7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0		0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0		0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0		0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	1	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0		0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>							
Observaciones: <input type="text"/>								
Al ingresar a la parroquia Salinas se puede observar pictogramas de las fabricas, minas de sal, artesanias y parqueadero. En la fabrica se puede encontrar señaléticas preventivas e informativas.								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Centros de salud	0		Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	Centros de salud	2		
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0		Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		6		
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0		Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0		
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0		Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0		
Otros <input type="checkbox"/>		0		Otros <input type="checkbox"/>		0		
Observaciones: <input type="text"/>								
En el atractivo no existe un centro de salud , sin embargo en el centro de salinas cuenta con un Horario de atención: 8H00 a 16H00. En la ciudad mas cercano como referencia				Centro de Salud y esta ubicado en la calle Tibospungo. Guaranda, cuenta con 2 Hospitales y 7 centro de salud				

7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto									
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		La parroquia Salinas cuenta con una Unidad de Policía Comunitaria (UPC) el mismo que brinda seguridad las 24h00 a sus ciudadanos de lunes a Domingo y esta interconectado al ECU911.									
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto									
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto									
Observaciones: texto												
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)												
a. En el atractivo				b. En la ciudad o poblado mas cercano								
Telefonía (M)		Conexión a internet (M)		Telefonía (M)		Conexión a internet (M)						
Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input type="checkbox"/>	Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input type="checkbox"/>	
Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	<input checked="" type="checkbox"/>	
Satelital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil		<input checked="" type="checkbox"/>		Satelital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil		<input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones: texto												
Radio portátil (U)												
De uso exclusivo para el visitante		<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna		<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia		<input type="checkbox"/>				
Observaciones: texto												
7.6 Multiamenazas (M)												
Deslaves		<input type="checkbox"/>	Sismos		<input checked="" type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas		<input type="checkbox"/>	Incendios forestales			<input type="checkbox"/>
Sequía		<input type="checkbox"/>	Inundaciones		<input type="checkbox"/>	Aguajes		<input type="checkbox"/>	Tsunami			<input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?		<input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento.		texto	Nombre del documento:		texto	Año de elaboración:		0	
Observaciones: La multiamenazas pueden ser ocasionada por los sismo.												
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES							SI	NO	S/I			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?					SI	NO	Año de elaboración:					
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?					SI	NO	Especifique:					
texto												
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?					SI	NO	Especifique:					
texto												
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?					SI	NO	Especifique:					
texto												
Observaciones: texto												
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)							SI	NO	S/I			
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)												
9.1.1 En el Agua (M)												
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	e. Surf	<input type="checkbox"/>			
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>			
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>			
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto		
Observaciones: texto												
9.1.2 En el Aire (M)												
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d Otro	<input type="checkbox"/>	texto				
Observaciones: texto												

9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>								
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	
e. Canyoning	<input type="checkbox"/>							
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>	
j. Camping	<input type="checkbox"/>							
k. Pínic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto								
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/>								
9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Recorridos guiados	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>			
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>			
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>			
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input type="checkbox"/>			
j. Degustación de platos tradicionales	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>			
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Compra de productos de queso		
Observaciones: texto								
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)								
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: texto		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>			
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales				Periodicidad de la promoción		
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL: www.salinerito.com				Anual		
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Facebook, Instagram				Todas		
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto				Ninguna		
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto				Ninguna		
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto				Ninguna		
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto				Ninguna		
g. Asistencia a ferias turísticas	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Festival del Queso y la cultura Andina				Anual		
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre: texto				Ninguna		
Observaciones: El consorcio FUNCONQUERUCOM son los encargados de realizar promoción en redes sociales de la marca el salinerito								
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto								
Observaciones: El centro de turismo comunitario oferta el atractivo como parte de un paquete turístico.								
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>								
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input checked="" type="checkbox"/>	Papel <input type="checkbox"/>	Años de registro: 0		
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:		Ninguna		
c. Temporalidad de visita al atractivo								
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Marzo, Abril, Mayo, Junio, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre				0		
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>	Enero, Febrero, Diciembre				0		
d. Llegada de turistas								
<input type="checkbox"/> Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual		<input type="checkbox"/> Turista extranjero		
						Llegadas mensuales		
						Total Anual		
Ciudades de origen	Quito	0	0	Países de origen	Italia	0	0	
	Guayaquil	0	0		E.E.U.U.	0	0	
	Ibarra	0	0		Alemania	0	0	
Observaciones: texto								
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>								
Nombre del Informante Clave: texto				Contactos: (+593)				
Demanda según días de visita		<input type="checkbox"/>	Demanda según frecuencia de visita					<input type="checkbox"/>
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	
						Estacional	<input type="checkbox"/>	
						Esporádica	<input type="checkbox"/>	
						Inexistente	<input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto								

12. RECURSO HUMANO										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo					5	d. Número de personas especializadas en turismo					<input type="checkbox"/>	0			
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):			f. Número de personas capacitadas por temática (M)			g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)				<input type="checkbox"/>					
Primaria	0	Secundaria	1	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0				
Tercer Nivel	4	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	1	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0				
Otro	texto			Sensibilización de discapacidades	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto				
Observaciones: texto															
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)															
El recorrido empieza con una pequeña introducción por parte del guía sobre el funcionamiento de la fabrica,el procedimiento y el tipo de productos que realizan, luego se procede un recorrido interno, en el cual se puede visualizar las maquinas de producción, y por último en la parte superior de la fábrica se encuentra los productos y degustaciones del mismo.															
14. ANEXOS															
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)															
															
Fuente: Propia															
b. Ubicación gráfica del Atractivo															
															
Fuente: My Maps : https://www.google.com/maps/d/edit?hl=es&mid=1SdX8Q6JyAMwb74W0d76XJdEeg90WIVk&ll=-1.4067881612083775%2C-79.02554947980423&z=16															
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)															
ELABORADO POR:				VALIDADO POR:				APROBADO POR:							
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							

Código del atractivo:	0	2	0	1	0	2	M	C	0	1	0	1	0	2	0	0	7																																																						
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo																																																								
1. DATOS GENERALES																																																																							
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																																																																							
CATEDRAL SAN PEDRO																																																																							
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo																																																											
MANIFESTACIONES CULTURALES						ARQUITECTURA						HISTÓRICA / VERNÁCULA																																																											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																																																																							
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia																																																											
BOLIVAR						GUARANDA						GABRIEL IGNACIO VEINTIMILLA																																																											
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal						2.6 Número			2.7 Transversal																																																								
Barrio Central						Convencion de 1884, sucre						10 de Agosto																																																											
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales)						2.10 Altura (msnm)																																																											
-1.5927						-79.0016						2.675m																																																											
2.11 Información del administrador																																																																							
a. Tipo de Administrador:						Público						b. Nombre de la Institución:						Casa Parroquial Diocesana																																																					
c. Nombre del Administrador:						Padre Fernando Pucha						d. Cargo que ocupa:						Parroco de la Iglesia																																																					
e. Teléfono / Celular:						0991002295						f. Correo Electrónico:						fernandopuchab.jp@gmail.com																																																					
Observaciones:						El Administrador a cargo es el Parroco de la Catedral.																																																																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																																																																							
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																																																																							
a. Clima:						Templado						b. Temperatura(°C):						10° - 18°						c. Precipitación Pluviométrica (mm):						500 a 1500																																									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																																																																							
a. Cultura						<input checked="" type="checkbox"/>						b. Naturaleza						<input type="checkbox"/>						c. Aventura						<input type="checkbox"/>																																									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																																																																							
a. Prístino						<input type="checkbox"/>						b. Primitivo						<input type="checkbox"/>						c. Rústico Natural						<input type="checkbox"/>						d. Rural						<input type="checkbox"/>						e. Urbano						<input checked="" type="checkbox"/>																	
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																																																																							
a. Tipo de Ingreso						b. Horario de Atención						c. Atención																																																											
						Ingreso						Salida						Todos los días						Fines de semana y feriados						Solo días hábiles						Otro						Especificar																													
Libre						<input checked="" type="checkbox"/>												<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						Jueves a Domingo																													
Restringido						<input type="checkbox"/>												<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>																																			
Pagado						<input type="checkbox"/>												<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>																																			
d. Maneja un sistema de reservas:						<input type="checkbox"/>						f. Forma de Pago:						Efectivo						<input type="checkbox"/>						Dinero Electrónico						<input type="checkbox"/>						Depósito Bancario						<input type="checkbox"/>						Tarjeta de Débito						<input type="checkbox"/>											
e. Precio:						Desde 0,00						Hasta 0,00						Tarjeta de Crédito						<input type="checkbox"/>						Transferencia Bancaria						<input type="checkbox"/>						Cheque						<input type="checkbox"/>																							
g. Meses recomendables de visita:																																																																							
Observaciones:						La Catedral se caracteriza por su arquitectura, historia						ubicado en el centro de la ciudad.																																																											
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																																																																							
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):																		SI						<input checked="" type="checkbox"/>						NO						<input type="checkbox"/>						S/I						<input type="checkbox"/>																							
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:																		1.2 km						c. Tiempo desplazamiento en auto: estimado de						0.05 h/min						d. Coordenadas (grados decimales):						Lat.: -1.591425						Long.: -78.994168																							
Observaciones:						Se toma como referencia al Terminal Terrestre de Guaranda como el lugar mas cercano al atractivo el cual se encuentra en el centro de la ciudad y es de facil acceso.																																																																	
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																																																																							
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>						Tipo de vía						Coordenada de inicio						Coordenada de fin						Distancia (km)						Tipo de material						Estado																																			
						a. Primer orden						<input checked="" type="checkbox"/>						-1.59142, -78.99416						-1.5927, -79.0016						1.2 km						Adoquin de Piedra.						Bueno																													
						b. Segundo orden						<input type="checkbox"/>																																																											
						c. Tercer orden						<input type="checkbox"/>																																																											
Observaciones:						Se toma como punto de inicio el Terminal Terrestre de Guaranda																																																																	
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>						Marítimo						<input type="checkbox"/>						Puerto / Muelle de partida						texto						Puerto / Muelle de Llegada						texto																																			
						Lacustre						<input type="checkbox"/>						Puerto / Muelle de partida						texto						Puerto / Muelle de Llegada						texto																																			
						Fluvial						<input type="checkbox"/>						Puerto / Muelle de partida						texto						Puerto / Muelle de Llegada						texto																																			
Observaciones:						texto																																																																	
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>						Nacional:						<input type="checkbox"/>						Internacional:						<input type="checkbox"/>																																															
Observaciones:						texto																																																																	
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>																																																																							
a. Bus						<input checked="" type="checkbox"/>						b. Buseta						<input checked="" type="checkbox"/>						c. Transporte 4x4						<input checked="" type="checkbox"/>						d. Taxi						<input checked="" type="checkbox"/>						e. Moto taxi						<input type="checkbox"/>						f. Teleférico						<input type="checkbox"/>					
g. Lancha						<input type="checkbox"/>						h. Bote						<input type="checkbox"/>						i. Barco						<input type="checkbox"/>						j. Canoa						<input type="checkbox"/>						k. Avión						<input type="checkbox"/>						l. Avioneta						<input type="checkbox"/>					
m. Helicóptero						<input type="checkbox"/>						n. Otro						<input checked="" type="checkbox"/>						Especifique						Vehiculos particulares																																									
Observaciones:						Existen cooperativas de transporte como buses de Candido Rada con recorridos urbanos y rurales, Universidad de cooperativas como Divino niño, El libertador.																																				Bolívar de uso urbano, taxis de																													

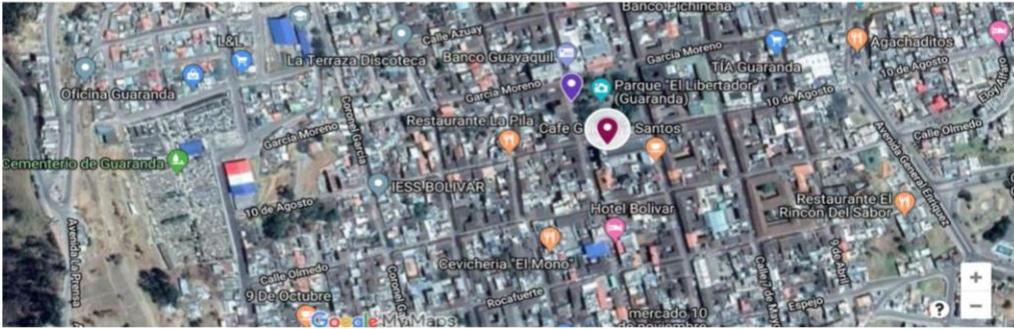
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>										
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio		b. Estación / terminal		c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)		
Cooperativa de buses Transporte Cándido Rada		Av. John F. Kennedy		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	toda la ciudad		
Cooperativa de Taxis El Libertador		10 de Agosto y Convención de 1884		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	toda la ciudad		
Cooperativa de Taxis Siete Colinas		7 de Mayo y García Moreno		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	toda la ciudad		
Camionetas en general		Plaza Roja		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	toda la ciudad		
Cooperativas de Buses Universidad Estatal de Bolívar		Plaza Roja		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	toda la ciudad		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>										
General <input checked="" type="checkbox"/>		Discapacidad Física <input checked="" type="checkbox"/>		Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>		Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>		Discapacidad Intelectual o Psicossocial <input type="checkbox"/>		d. No es accesible <input type="checkbox"/>
Observaciones: El centro de la ciudad cuenta con rampas para la facilidad de acceso.										
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>										
a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		Estado (U)		Bueno <input checked="" type="checkbox"/>		Regular <input type="checkbox"/>		Malo <input type="checkbox"/>		
Observaciones: Existe rotulación turística de direccionamiento al atractivo										
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input checked="" type="checkbox"/>										
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>										
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>					
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		
Hotel <input type="checkbox"/>					Hotel <input checked="" type="checkbox"/>	7	206	454		
Hostal <input type="checkbox"/>					Hostal <input checked="" type="checkbox"/>	7	109	240		
Hostería <input type="checkbox"/>					Hostería <input type="checkbox"/>					
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>					Hacienda Turística <input type="checkbox"/>					
Lodge <input type="checkbox"/>					Lodge <input type="checkbox"/>					
Resort <input type="checkbox"/>					Resort <input type="checkbox"/>					
Refugio <input type="checkbox"/>					Refugio <input type="checkbox"/>					
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>					Campamento Turístico <input type="checkbox"/>					
Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>					Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>					
Observaciones:					Observaciones: Se toma como referencia a la información de establecimientos de alojamiento ubicados en la parte urbana del cantón Guaranda, fueron extraídos del catastro					
Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		Alimentos y bebidas <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes <input type="checkbox"/>					Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/>	40	426	1704		
Cafeterías <input type="checkbox"/>					Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/>	14	113	452		
Bares <input type="checkbox"/>					Bares <input checked="" type="checkbox"/>	8	71	284		
Fuentes de soda <input type="checkbox"/>					Fuentes de soda <input checked="" type="checkbox"/>	12	39	156		
Observaciones:					Observaciones: Se toma como referencia a la información de establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en la parte urbana del cantón Guaranda, fueron extraídos del					
Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados			Agencias de Viaje <input checked="" type="checkbox"/>		Establecimientos registrados			
Mayoristas <input type="checkbox"/>					Mayoristas <input type="checkbox"/>					
Internacionales <input type="checkbox"/>					Internacionales <input type="checkbox"/>					
Operadoras <input type="checkbox"/>					Operadoras <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Observaciones:					Observaciones: La información de establecimientos de operadoras o agencias de viajes ubicados en la parte urbana del cantón Guaranda, fueron extraídos del catastro nacional del 2019.					
Guía Local <input type="checkbox"/>	Nacional <input type="checkbox"/>	Nacional Especializado <input type="checkbox"/>	Cultura <input type="checkbox"/>	0	Guía Local <input checked="" type="checkbox"/>	Nacional <input type="checkbox"/>	Nacional Especializado <input type="checkbox"/>	Cultura <input type="checkbox"/>	0	
		0	Aventura	0		1	1	Aventura	0	
Observaciones: La señora que encargada del museo es responsable de la recepción de visitantes y dar recorridos por el museo					Observaciones: La información de Guías fue extraído del catastro nacional de guías del 19 de noviembre del 2019.					

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>									
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)			
						B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/>	Punto de Información <input type="checkbox"/>	1	-1.59222,-79.0013346	Loda Cecilia Recade (GAD Municipal)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input type="checkbox"/>	1	1.591850, 79.001682	Loda. Gustavo Fierro (GAD Municipal)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>	1	-1.5928073,-79.0028973	Loda. Gustavo Fierro (GAD Municipal)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardanía <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.592917,-79.001781	GAD MUNICIPAL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Observaciones: Las principales calles de la ciudad tienen espacios para estacionamiento.									
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de merchandising <input type="checkbox"/>	artesanías <input type="checkbox"/>	y <input type="checkbox"/>		Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de merchandising <input type="checkbox"/>	artesanías <input checked="" type="checkbox"/>	y <input checked="" type="checkbox"/>	
Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>				Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input checked="" type="checkbox"/>			
Especifique:					Especifique:				
Observaciones: Existen cajeros automaticos de diferentes entidades bancarias como Pichincha, BanEcuador, Pacifico, y cooperativas como Guaranda Ltda., San Jose Ltda., Sagrario Ltda y la Cooperativa Mushuc Runa de ahorro y crédito									
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO									
						SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>	
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>						
Observaciones: Actualmente el Parroco de la Iglesia es el encargado de mantener la Catedral en estado conservado.									
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)									
6.1.1.1 Naturales (M)					6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Clima <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>	d. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	e. Huaquearías <input type="checkbox"/>
					g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>
					m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:									
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>						
Observaciones:									
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)									
6.2.1.1 Naturales (M)					6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Clima <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>	d. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	e. Huaquearías <input type="checkbox"/>
					g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>
					m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:									

6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>								
a. Declarante:		b. Denominación:		c. Alcance:				
Observaciones:								
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA			SI	NO	S/I			
7.1 Servicios Básicos								
a. En el atractivo			b. En la ciudad o poblado mas cercano					
Agua:	<input checked="" type="checkbox"/>	Potable	Agua:	<input checked="" type="checkbox"/>	Potable			
Especifique:	EMAPAG		Especifique:	EMAPAG				
Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público	Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público			
Especifique:	CNEL EP		Especifique:	CNEL EP				
Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red pública	Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/>	Red pública			
Especifique:	Administración pública		Especifique:	Administración pública				
Disposición de desechos	<input checked="" type="checkbox"/>	Carro Recolector	Disposición de desechos	<input checked="" type="checkbox"/>	Carro Recolector			
Especifique:	GAD Guaranda		Especifique:	GAD Guaranda				
Observaciones: Dentro de la higiene y seguridad turística del Centro Histórico, si cuentan con los servicios básicos necesarios para la población y los visitantes.								
7.2 Señalética en el atractivo								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas	Pictograma de atractivos naturales	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	-	-		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	1	-	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales	Pictograma de atractivos naturales	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos	De información botánica	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	-	-	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad	Protección de los elementos del atractivo	0	1	-	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros								
Observaciones: En la área urbana se encuentra un Tótems de direccionales en buen estado.								

7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad		Hospital o Clínica	<input checked="" type="checkbox"/>	2	
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>			Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>	6	
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico	<input checked="" type="checkbox"/>		
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		
Otros	<input type="checkbox"/>			Otros	<input type="checkbox"/>		
Observaciones: Se puede encontrar las siguientes casas de atención medica hospital Alfredo Noboa Montenegro (03) 298-0110, Hospital Básico IEES 3321619, Clínica Becerra 29052017, Clínica San Patricio 28967611, Clínica Guaranda 298-2685, Clínica Bolívar, estos con horario de atención de 24 horas, también existen consultorios privados tanto odontológicos como de medicina general y pediatría, dispensario médico del GAD estos con horarios de atención de							
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle					
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		Ecu 911				
c. Policía metropolitana / Municipal	<input checked="" type="checkbox"/>		Policías municipales que resguardan a diario				
d. Otra	<input type="checkbox"/>						
Observaciones: SEGURIVANOV CIA LTDA son de entidad privada, su contacto 0982227074 con atención de 24 horas al igual que el ECU 911, los policías municipales trabajan en horario de 08:00h a 12:00h - 14:00h a 18:00h.							
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>	
Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>		Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>	
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input checked="" type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>		Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input checked="" type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>	
Satelital <input checked="" type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>			Satelital <input checked="" type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones: La red wifi es facilitada por el GAD-Guaranda, existe facilidad de líneas telefónicas de las operadoras de claro, movistar, para conectividad a internet existen las redes de CNT y Netlife.							
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>							
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
Deslaves	<input type="checkbox"/>	Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas	<input checked="" type="checkbox"/>	Incendios forestales	<input type="checkbox"/>
Sequia	<input type="checkbox"/>	Inundaciones	<input type="checkbox"/>	Agujajes	<input type="checkbox"/>	Tsunami	<input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	<input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento.	Gad Municipal	Nombre del documento:		Año de elaboración:	de 0
Observaciones: El GAD-Guaranda cuenta con la Unidad de Riesgos quienes son los encargados de efectuar el Plan de Contingencia y asegurar que la ciudadanía observe detenidamente las indicaciones para evitar consecuencias graves en caso de una amenaza. De igual existe un mapa de un plan de contingencia							
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración:	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?				SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones: No existe información acerca de las políticas y regulaciones.							
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>							
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>							
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>
e. Surf	<input type="checkbox"/>	f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>
i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>	p. Esqui acuático	<input type="checkbox"/>
q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/> texto
Observaciones: texto							

9.1.2 En el Aire (M)		<input type="checkbox"/>	
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>
c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)		<input type="checkbox"/>	
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>
c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>
e. Canyoning	<input type="checkbox"/>		
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>
h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>
j. Camping	<input type="checkbox"/>		
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>
m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input checked="" type="checkbox"/>
c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>		
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>
i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>		
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>
i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>		
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>
g. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>		
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>
m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>		
n. Convivencia	<input checked="" type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>
Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Actividades Religiosas	
Observaciones: La Catedral es considerado un atractivo cultural, que comprende la participación de los turistas en celebraciones o actividades religiosas.			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)			
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: esta en proceso			
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>			
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:	
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
Observaciones:			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: texto			
Observaciones:			
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input checked="" type="checkbox"/>			
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/>	Años de registro
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:	
c. Temporalidad de visita al atractivo			
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	Duración (meses)
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		
d. Llegada de turistas			
<input type="checkbox"/>	Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual
<input type="checkbox"/>	Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual
Ciudades de origen			
Países de origen			
Observaciones:			

11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>				
Nombre del Informante Clave:		Contactos:		
Demanda según días de visita		Demanda según frecuencia de visita		
Lunes a viernes	Fines de semana	Días feriados	Permanente <input type="checkbox"/>	Estacional <input type="checkbox"/>
		Esporádica <input type="checkbox"/>		
Inexistente <input type="checkbox"/>				
Observaciones:				
12. RECURSO HUMANO			SI	NO
			S/I	
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo	4		d. Número de personas especializadas en turismo	0
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):	f. Número de personas capacitadas por temática (M)		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)	
Primaria 1	Secundaria 1	Primeros Auxilios	Hospitalidad	Inglés
Tercer Nivel 2	Cuarto Nivel 0	Atención al Cliente	Guianza	Francés
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades	Otro	Chino
Otro				
Observaciones: No existe personal directo que trabaje en este atractivo, el ITUR proporciona unicamente la información.				
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)				
La Catedral presenta una singular belleza para los visitantes, su estilo neoclásico conserva detalles de diferentes tendencias que van desde el romántico hasta el gótico. En la parte externa del templo esta construida de piedra labrada y en interior se nota el arte, la conservación de sus reliquias. Se encuentra ubicada en la calle 10 de Agosto y Sucre, frente al parque El Libertador.				
14. ANEXOS				
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)				
				
Fuente: Propia				
b. Ubicación gráfica del Atractivo				
				
Fuente: My Maps https://www.google.com/maps/d/edit?hl=es&mid=1022HUvMgDdeDFqXYRk9coBM0xwBonBk&ll=-1.5905927234111092%2C-79.00358213467103&z=17				
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)				
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:
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

Código del atractivo:	0	2	0	1	0	2	M	C	0	1	0	2	0	3	0	0	8																		
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo																				
1. DATOS GENERALES																																			
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																																			
CENTRO CULTURAL INDIO GUARANGA																																			
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo																							
MANIFESTACIONES_CULTURALES						ARQUITECTURA						INFRAESTRUCTURA CULTURAL																							
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																																			
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia																							
BOLIVAR						GUARANDA						GABRIEL IGNACIO VEINTIMILLA																							
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal			2.6 Número			2.7 Transversal																							
Cruz Loma, Casique Guaranda						Prensa Alta																													
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales)						2.10 Altura (msnm)																							
-1.588435						-79.006915						2840.8m																							
2.11 Información del administrador																																			
a. Tipo de Administrador:						b. Nombre de la Institución:						c. Tipo de Institución:																							
Público						Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda																													
c. Nombre del Administrador:						d. Cargo que ocupa:						e. Teléfono / Celular:																							
Ing Gustavo Fierro						Administrador del Centro Cultural Indio Guaranga						0994949473																							
e. Teléfono / Celular:						f. Correo Electrónico:						g. Observaciones:																							
0994949473						gustavo.fierro@guaranda.gob.ec						Fierro. El Centro Cultural Indio Guaranga pertenece al GADs Cantonal de Guaranda quien lo otorga la función Administradora al Ing Gustavo Fierro.																							
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																																			
3.1 Características climatológicas																																			
a. Clima: Frio b. Temperatura(°C): 10° o 18° c. Precipitación Pluviométrica (mm): 500 - 1500																																			
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																																			
a. Cultura						b. Naturaleza						c. Aventura																							
<input checked="" type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>																							
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																																			
a. Prístino						b. Primitivo						c. Rústico Natural						d. Rural						e. Urbano											
<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>											
3.4 Ingreso al atractivo (U)																																			
a. Tipo de Ingreso			b. Horario de Atención			c. Atención																													
			Ingreso Salida			Todos los días			Fines de semana y feriados			Solo días hábiles			Otro			Especificar																	
Libre			<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			365 Días																	
Restringido			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>																				
Pagado			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>																				
d. Maneja un sistema de reservas:						f. Forma de Pago:						g. Observaciones:																							
<input type="checkbox"/>						Efectivo <input type="checkbox"/> Dinero Electrónico <input type="checkbox"/> Depósito Bancario <input type="checkbox"/> Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>						La entrada a este atractivo es gratuito ya que pertenece al GAD de Guaranda, el horario de atención para el Museo es de miércoles a domingo de 09h00 hasta las 17h00pm pero hay excepciones como los días feriados que su atención es hasta 19h00 pm.																							
e. Precio:						g. Meses recomendables de visita:						h. Observaciones:																							
Desde 0.00 Hasta 0.00						Todo el Año																													
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																																			
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): Guaranda																																			
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:						c. Tiempo de desplazamiento en auto:						d. Coordenadas (grados decimales):																							
1.7 km						estimado 0:07 h/min						Lat.: -1.59247 Long.: -79.00105																							
Observaciones: Es más factible utilizar taxi a pesar de las dos cooperativas existentes, primero el bus Candido Rada pasa por las afueras de la ciudad y el bus la Universidad de Bolívar le deja aproximadamente a 4 cuadras del atractivo.																																			
4.2 Vías de Acceso (M)																																			
a. Terrestre (M)																																			
			Tipo de vía			Coordenada de inicio			Coordenada de fin			Distancia (km)			Tipo de material			Estado																	
			<input checked="" type="checkbox"/>			-1.59247, -79.00105			-1.588435, -79.006915			1.7km			Adoquinado			Bueno																	
			<input type="checkbox"/>																																
			<input type="checkbox"/>																																
Observaciones: El camino está en buenas condiciones desde el punto de origen hasta el atractivo																																			
4.3 Servicio de transporte (M)																																			
a. Bus						b. Buseta						c. Transporte 4x4						d. Taxi						e. Moto taxi						f. Teleférico					
<input checked="" type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>					
g. Lancha						h. Bote						i. Barco						j. Canoa						k. Avión						l. Avioneta					
<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>					
m. Helicóptero						n. Otro						Especifique																							
<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>																													
Observaciones: Para mayor comodidad del turista es recomendable utilizar un taxi o camioneta debido a que, los buses no llegan hasta al atractivo solo los acerca al lugar.																																			

4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio		b. Estación / terminal		c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
Cooperativas de Buses Universidad Estatal de Bolívar		Plaza Roja		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Guaranda - Guanaju	
Cooperativas de Buses Candido Rada		Av. John F. Kennedy		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Guaranda - Guanaju	
Cooperativa de Taxis "SIETE COLINAS"		7 de Mayo y García Moreno		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Toda la Zona	
Cooperativa de Taxis "EL LIBERTADOR"		10 de Agosto y Convención de 1884		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Toda la Zona	
Camionetas en general		Plaza Roja		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Toda la ciudad	
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
General <input checked="" type="checkbox"/>		Discapacidad Física <input type="checkbox"/>		Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>		Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>		Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	
Observaciones:		Este trayecto es condicionado para personas que gozan de buena salud y condición física, pero el lugar no cuenta con rampas especiales para personas discapacitadas.							
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		Estado (U) <input type="checkbox"/>		Bueno <input type="checkbox"/>		Regular <input checked="" type="checkbox"/>		Malo <input type="checkbox"/>	
Observaciones:		La señalización solo la podemos encontrar en la avenida Candido Rada , y la cual no es muy visible para el Turista, pero es una de las señaléticas otorgadas por el ministerio.							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input checked="" type="checkbox"/>									
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		
Hotel <input type="checkbox"/>				Hotel <input checked="" type="checkbox"/>	7	206	454		
Hostal <input type="checkbox"/>				Hostal <input checked="" type="checkbox"/>	7	109	240		
Hostería <input type="checkbox"/>				Hostería <input type="checkbox"/>					
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>				Hacienda Turística <input type="checkbox"/>					
Lodge <input type="checkbox"/>				Lodge <input type="checkbox"/>					
Resort <input type="checkbox"/>				Resort <input type="checkbox"/>					
Refugio <input type="checkbox"/>				Refugio <input type="checkbox"/>					
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>				Campamento Turístico <input type="checkbox"/>					
Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>				Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>					
Observaciones:					Observaciones: Se informaron en esta información establecimientos de alojamiento ubicados en la parte urbana del cantón.				
Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes <input type="checkbox"/>				Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/>	40	426	1704		
Cafeterías <input type="checkbox"/>				Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/>	14	113	452		
Bares <input type="checkbox"/>				Bares <input checked="" type="checkbox"/>	8	71	284		
Fuentes de soda <input type="checkbox"/>				Fuentes de soda <input checked="" type="checkbox"/>	12	39	156		
Observaciones:					Observaciones: Se informaron en esta información establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en la parte urbana del cantón.				
Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Agencias de Viaje <input checked="" type="checkbox"/>			Establecimientos registrados				
Mayoristas <input type="checkbox"/>		Mayoristas <input type="checkbox"/>							
Internacionales <input type="checkbox"/>		Internacionales <input type="checkbox"/>							
Operadoras <input type="checkbox"/>		Operadoras <input checked="" type="checkbox"/>			1				
Observaciones:					Observaciones: La información de establecimientos de operadoras de agencias de viajes ubicados en la parte urbana del cantón. Fuente: Sistema de Información de Operadoras de Turismo.				
Guía Local <input type="checkbox"/>	Nacional <input type="checkbox"/>	Nacional Especializado <input type="checkbox"/>	Cultura <input type="checkbox"/>	Aventura <input type="checkbox"/>	Guía Local <input checked="" type="checkbox"/>	Nacional <input type="checkbox"/>	Nacional Especializado <input type="checkbox"/>	Cultura <input type="checkbox"/>	Aventura <input type="checkbox"/>
	0	0	0	0	1	1			0
Observaciones: texto					Observaciones: La información de Guías fue extraído del catastro nacional de guías del 19 de noviembre del 2019.				
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>									
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)			
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	i-Tur <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input checked="" type="checkbox"/>	Garitas de guardianía <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.588432, -79.006914	Ing Gustavo Fierro	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.588432, -79.006914	Ing Gustavo Fierro	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de salvavidas de vigilancia <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.588432, -79.006914	Ing Gustavo Fierro	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.588432, -79.006914	Ing. Gustavo Fierro	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:		En el mirador podemos observar toda la Ciudad de Guaranda , el lugar cuenta con servicios sanitario para damas y caballeros, tambien un estacionamiento para la comodidad del cliente.							

5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>		
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input checked="" type="checkbox"/> Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: Guarandá disponen de todos estos servicios
Observaciones: Siendo un sitio desolado, no existe ninguno de estos servicios, pero se los puede encontrar en el centro de guarandá para lograr satisfacer gustos y necesidades del turista.		
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI NO SI		
6.1 Atractivo (U)		
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: El atractivo se encuentra alterado, es notorio el vandalismo en las paredes y monumento, a pesar de que le dan mantenimiento.		
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)		
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input checked="" type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones: El atractivo presenta en épocas del año cambios o daños ya sea por el clima o por algún desastre natural el cual afectaría en su mayoría todo lo que se encuentra a su alrededor.		
6.2 Entorno (U)		
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: El entorno que rodea al Monumento está alterado porque en su alrededor realizan consumo de Bebidas, Tabacos y otras sustancias que dañan actualmente la imagen de este atractivo.		
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)		
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input checked="" type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones: El entorno que rodea al Monumento está alterado; se puede observar mucho vandalismo como: paredes rayadas o sucias		
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo		
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:
c. Alcance:		
Observaciones:		
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI NO SI		
7.1 Servicios Básicos		
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano
Agua: <input checked="" type="checkbox"/>		Agua <input checked="" type="checkbox"/> Potable
Especifique: EMAGAP		Especifique: EMAGAP
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>		Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público
Especifique: CENEL		Especifique: CENEL EP
Saneamiento: <input type="checkbox"/>		Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> Red pública
Especifique: texto		Especifique: Administración Municipal
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/> Carro Recolector
Especifique:		Especifique: GAD Municipal
Observaciones: En el atractivo existe red de wi-fi para que los turistas puedan hacer uso del internet.		

7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas	Pictograma de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales		1			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales		1			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales	Pictograma de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos					<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos	De información botánica					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad	Protección de los elementos del atractivo		1			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros								
Observaciones: Solamente existe una señalética de direccionamiento al atractivo que esta a una distancia de 1km.								
7.3 Salud (más cercano) (M)								
a. En el atractivo				b. En la ciudad o poblado mas cercano				
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad		Hospital o Clínica	<input checked="" type="checkbox"/>	Cantidad	2	
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>			Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>		6	
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>			Dispensario médico	<input type="checkbox"/>			
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>			Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>			
Otros	<input type="checkbox"/>			Otros	<input type="checkbox"/>			
Observaciones: Se toma en consideración la ciudad de Guarandá, tambien existe el apoyo de la cruz roja para cualquier peligro.								
7.4 Seguridad (M)								
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle						
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>			Ecu 911				
c. Policía metropolitana / Municipal	<input checked="" type="checkbox"/>			Policías municipales que resguardan a diario				
d. Otra	<input type="checkbox"/>							
Observaciones: El atractivo cuenta con un guardia, encargado de monitorear el ingreso de turistas al lugar. Además SEGURIT/ANOV CIA LTDA es una entidad privada, su contacto 0982227074 con atención de 24 horas al igual que el ECU 911, los policías municipales trabajan en horario de 08:00h a 12:00h - 14:00h a 18:00h.								
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)								
a. En el atractivo				b. En la ciudad o poblado mas cercano				
Telefonía (M)		Conexión a internet (M)		Telefonía (M)		Conexión a internet (M)		
Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica	<input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input type="checkbox"/>	Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	
Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	<input checked="" type="checkbox"/>	Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	
Satelital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil		<input checked="" type="checkbox"/>	Satelital	<input checked="" type="checkbox"/>	Telefonía móvil	
Observaciones: Guaranda contiene estas características para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.								
Radio portátil (U)								
De uso exclusivo para el visitante				<input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna		<input checked="" type="checkbox"/>	
					De uso exclusivo en caso de emergencia		<input type="checkbox"/>	
Observaciones: EL guardia y la persona encargada dentro del museo tienen radios de comunicación para informar cualquier tipo de problema que surja								

7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves	<input type="checkbox"/>	Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>
		Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>
		Incendios forestales	<input checked="" type="checkbox"/>
Sequia	<input type="checkbox"/>	Inundaciones	<input type="checkbox"/>
		Aguajes	<input type="checkbox"/>
		Tsunami	<input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	<input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento.	Nombre del documento: Año de elaboración: de 0
Observaciones: De existir estas amenazas que no son predecibles, pueden ocasionar graves daños al atractivo, y también a las personas que visitan el atractivo o a las que trabajan en él.			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Año de elaboración:
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>
c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>
e. Surf	<input type="checkbox"/>	f. Kite surf	<input type="checkbox"/>
g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>
i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>
o. Parasailing	<input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>
q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>
s. Pesa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>
c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>
c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>
e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>
i. Caminata	<input type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>
m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones: texto			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Recorridos guiados	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>
c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>
d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input checked="" type="checkbox"/>
i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>	g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>
h. Muestras audiovisuales	<input checked="" type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>
m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>	n. Convivencia	<input checked="" type="checkbox"/>
o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones: En Museo Indio Guaranga cuentan con guías para dar a conocer sobre las reliquias de la zona, también es un lugar donde se disfruta en familia, amigos y de otras maneras, se puede realizar fotografía desde el mirador.			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)			
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique: Correspondiente GADs Municipal
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Porque forma parte de una de las 7 Colinas de Guaranda
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL: www.magallanetravel.com/project/visitando-al-indio-guaranga/	Todas
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Centro Cultural Indio Guaranga - Indio Guaranga/Elección Alcalde	Todas
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:	Ninguna
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:	Ninguna
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:	Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Canal 5, Teleamazonas	Anual
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre:	Ninguna
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre:	Ninguna
Observaciones: Aquí detallamos las direcciones de los medios promocionales con los que cuenta nuestro atractivo.			

10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones: GAD Guaranda, MINTUR, Ministerio del Ambiente están promocionando a Monumento Indio Guaranga ya que esta perteneciente a una de las 7 comas en Guaranda .					
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)					
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>					
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Tip: Digital <input checked="" type="checkbox"/>	Papel <input type="checkbox"/>
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes: Mensual	
c. Temporalidad de visita al atractivo					
Alta (meses) <input checked="" type="checkbox"/>		Junio-Diciembre		15000	
Baja (meses) <input checked="" type="checkbox"/>		Mayo-Octubre		6000	
d. Llegada de turistas					
<input type="checkbox"/> Turista nacional		Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero	
Ciudades de origen				Países de origen	texto
					texto
					texto
Observaciones:					
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>					
Nombre del Informante Clave:			Contactos:		
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>			
Lunes a viernes	Fines de semana	Días feriados	Permanente <input type="checkbox"/>	Estacional <input type="checkbox"/>	Esporádica <input type="checkbox"/>
0	0	0	Inexistente <input type="checkbox"/>		
Observaciones:					
12. RECURSO HUMANO					
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		3		d. Número de personas especializadas en turismo	
2		2		2	
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input checked="" type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input checked="" type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/>	
Primaria	Secundaria	Primeros Auxilios	Hospitalidad	Inglés	Alemán
Tercer Nivel	Cuarto Nivel	Atención al Cliente	Guianza	Francés	Italiano
3		1		Chino	Otro
Otro: Sensibilización de discapacidades de Otro					
Observaciones:					
13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)					
Entre los artefactos de mayor interés que se exhiben en este museo tenemos piezas arqueológicas que pertenecieron a diferentes culturas que poblaron nuestro territorio, como: La Cultura Valdivia Mariteña, Guangala, Puruhá, entre otros. Estos artefactos han sido calculados en unos 3.600 a 3.700 años de antigüedad. En este centro cultural encontramos también una galería de arte en la cual se expone diversas obras de diferentes autores.					
14. ANEXOS					
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)					
					
Fuente: Propia					
b. Ubicación gráfica del Atractivo					
					
Fuente: Google Maps					
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)					
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución	Institución	Institución	Institución	Institución	Institución
Cargo	Cargo	Cargo	Cargo	Cargo	Cargo
Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono	Teléfono	Teléfono	Teléfono	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma	Firma	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha	Fecha	Fecha	Fecha

Apéndice B 2 Modelo de encuesta

Le agradecemos que haya aceptado participar como informante para contestar el presente cuestionario de la encuesta dirigida a personas que han visitado la ciudad de Guaranda con fines turísticos durante los últimos 5 años. Este formulario es anónimo, solo le pediremos que conteste de la manera más veraz posible

Reiteramos nuestro agradecimiento

Genero:

Masculino

Femenino

Edad:

18-25

26-33

34-41

42-49

50-57

58 y más de

Lugar de Residencia:

Quito

Ambato

Riobamba

Guayaquil

Otro_____

Nivel de Educación:

Escuela Secundaria

Universidad

Post Grado

Ocupación:

Estudiante

Empleado

Jubilado

Desempleado

Otro _____

Ingreso Mensual:

Menos de un Salario Básico

395-595

596-796

797-997

998-1198

1199 y más de

¿Con que frecuencia visita Guaranda?

Una vez al año

Dos a tres veces al año

Cuatro veces al año

Más de 5 veces al año

¿En qué periodo de tiempo viajó a Guaranda?

Otros Feriados del año

Carnaval

Vacaciones Planificadas

Otro

De Acuerdo a la pregunta anterior; ¿cuán importantes fueron las siguientes razones que lo motivó a visitar Guaranda? (1 = sin importancia, 2= de poca importancia, 3=moderadamente importante, 4=importante, 5=muy importante):

Descansar / Relajarse	1	2	3	4	5
Para aliviar el estrés y la tensión.	1	2	3	4	5
Para escapar de la rutina diaria	1	2	3	4	5
Para descubrir nuevos lugares	1	2	3	4	5
Conocer su entorno natural (avistamiento de flora y fauna, montañas, áreas naturales) Explorar el patrimonio histórico y cultural (museos, cuevas, iglesias) Conocer sus culturas y formas de vida.	1	2	3	4	5
Para conocer gente nueva	1	2	3	4	5
Integrarme en la vida y las actividades de la gente local.	1	2	3	4	5
Para pasar un rato agradable con familiares y / o amigos	1	2	3	4	5
Para buscar aventuras (senderismo, cabalgata, ciclismo, escalada)	1	2	3	4	5
Acercarse a la naturaleza.	1	2	3	4	5
Para buscar diversión y entretenimiento.	1	2	3	4	5
Para vivir experiencias emocionantes	1	2	3	4	5

En su opinión considera usted a Guaranda como un destino turístico: (puede escoger hasta 3 opciones)

(Estudio de la imagen de destino turístico)

Divertido

Aburrido

Estresante

Relajante

Deprimente

Excitante

Desagradable

Agradable

Considera usted que Guaranda es un lugar tranquilo y seguro para visitar:

(Estudio de la imagen de destino turístico)

Si

¿No Por qué? _____

**Guaranda posee sitios naturales y culturales que realzan la belleza del Cantón;
¿Cuál de los siguientes lugares visitó durante su estadía?**

Museo del Indio Guarango

Museo del Carnaval o La guitarra

Centro Histórico

Los Farallones de Tiagua

Ruta de las fabricas (queso y chocolate)

Minas de Sal

Iglesia La Catedral de Guaranda

Santuario de la Virgen del Huayco

Fiestas del Carnaval

Páramo (Centro de Interpretación

Mirador el Quindiullo

Otro_____

¿Qué tipo de alojamiento utilizó durante su visita en Guaranda?

Hoteles

Hostales

Casa Familiar

No se tuvo la necesidad

**De Acuerdo a la pregunta anterior sobre el tipo de alojamiento utilizado
¿Cuántas noches durmió Guaranda?**

No durmió en Guaranda

Una noche

Dos noches

Tres y más de

¿Cuánto gastó por día por persona durante su última visita a Guaranda?

Menos de \$50

\$51 - \$80

\$81-\$110

\$111-\$140

\$141 y más de

De los sitios que recorrió en Guaranda durante su última visita califique si cumplió sus expectativas de lo que esperaba encontrar. (1 =casi nunca verdad, 2=usualmente no verdad, 3=Ocasionalmente verdad, 4=Usualmente verdad, 5=Casi siempre verdad):

Esperaba que su entorno natural (paisaje,montañas, flora, fauna, parques naturales) fuera atractivo	1	2	3	4	5
Esperaba que su calidad de vida (tranquilidad, hospitalidad, seguridad) fuera alta	1	2	3	4	5
Esperaba que su patrimonio cultural (monumentos históricos, museos, gastronomía, manifestaciones culturales) fuera interesante	1	2	3	4	5
Esperaba que su infraestructura turística (alojamiento, restaurantes, comercio) fuera de alta calidad.	1	2	3	4	5

Esperaba disfrutar de numerosas actividades de ocio y recreación (deporte, aventura, entretenimiento)	1	2	3	4	5
Esperaba una experiencia realmente positiva	1	2	3	4	5

Disfrutó su estancia en Guaranda

Si (Argumente su respuesta)

No (Argumente su respuesta)

De acuerdo a su visita a Guaranda motivaría usted a amigos, familiares y conocidos a que visiten Guaranda como destino turístico

Si (Argumente su respuesta)

No (Argumente su respuesta)

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Silva Yáñez Nathaly Vanessa**, con C.C: # **0929111144** y **López Baños Angely Meylin**, con C.C: # 1206694067 autoras del trabajo de titulación: **Propuesta de diseño de producto turístico para el cantón Guaranda, provincia de Bolívar**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en administración de empresas turísticas y hoteleras** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaramos tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizamos a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 03 de marzo del 2020

Silva Yáñez Nathaly Vanessa
C.C: **0929111144**

López Baños Angely Meylin
C.C: **1206694067**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta de diseño de producto turístico para el cantón Guaranda, provincia de Bolívar.		
AUTOR(ES)	Nathaly Vanessa; Silva Yáñez Angely Meylin López Baños		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcda. Karla Ramírez Íñiguez, Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniería en administración de empresas turísticas y hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	03 de marzo de 2020	No. DE PÁGINAS:	164
ÁREAS TEMÁTICAS:	Tendencial actuales del mercado turístico, Proyectos para la inclusión económica, social e intercultural, Gestión de productos y servicios.		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Cantón Guaranda, sistema turístico, producto turístico, atractivo turístico, eventos turísticos.		
RESUMEN/ABSTRACT:	La siguiente investigación está estructurada por cuatro capítulos, conclusiones y recomendaciones. En el primer capítulo se encuentran las teorías, conceptos, leyes y referencias en las que el proyecto se fundamenta. El segundo capítulo detalla el diagnóstico del cantón, el estado actual del sistema turístico. Dentro del tercer capítulo se realiza el estudio de mercado, mediante el uso de 396 encuestas realizadas a visitantes provenientes de Quito, Riobamba, Ambato y Guayaquil; y entrevistas realizadas a las autoridades y empresas privadas del cantón, para determinar las preferencias del mercado; el segundo y tercer capítulo son la parte elemental de la investigación ya que aportan con información relevante para el desarrollo de la misma; por último, el cuarto capítulo especifica la propuesta, con base en los resultados de las encuestas y el diagnóstico del sistema turístico. El mencionado trabajo investigativo busca crear un producto turístico basado en eventos llamativos e innovadores, implementándolo, además, en los existentes.		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593980913476 +593994387771	E-mail: nathalysilvayz@gmail.com angelymey@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Salazar Raymond María Belén		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			