



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

TEMA

**Plan de Marketing de Turismo Comunitario para Caguanapamba, del Cantón
El Tambo, provincia de Cañar**

AUTORES

Guamán Yupa, María Beatriz
Lalangui Roblez, Melanie Mabel

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

TUTORA

Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs

Guayaquil, Ecuador

02 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 **Guamán Yupa, María Beatriz, Lalangui Roblez, Melanie Mabel**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

TUTORA

Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, 02 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, Guamán Yupa, María Beatriz

DECLARO QUE

El Trabajo de Titulación, **Plan de Marketing de Turismo Comunitario para Caguanapamba, del Cantón El Tambo, provincia de Cañar**, 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, 02 de marzo del 2020

LA AUTORA

Guamán Yupa, María Beatriz



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Lalangui Robles, Melanie Mabel

DECLARO QUE

El Trabajo de Titulación, **Plan de Marketing de Turismo Comunitario para Caguanapamba, del Cantón El Tambo, provincia de Cañar**, 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, 02 de marzo del 2020

LA AUTORA

Lalangui Roblez, Melanie Mabel



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

AUTORIZACIÓN

Yo, Guamán Yupa, María Beatriz

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, Plan **de Marketing de Turismo Comunitario para Caguanapamba, del Cantón El Tambo, provincia de Cañar**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 02 de marzo del 2020

LA AUTORA

Guamán Yupa, María Beatriz



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

AUTORIZACIÓN

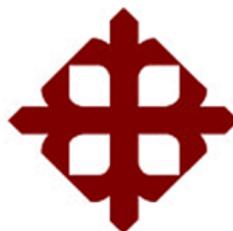
Yo, Lalangui Roblez, Melanie Mabel

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, Plan **de Marketing de Turismo Comunitario para Caguanapamba, del Cantón El Tambo, provincia de Cañar**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 02 de marzo del 2020

LA AUTORA

Lalangui Roblez, Melanie Mabel



**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 **Plan de Marketing de Turismo Comunitario para Caguanapamba, del Cantón El Tambo, provincia de Cañar** presentado por las estudiantes **Guamán Yupa**, **María Beatriz y Lalangui Roblez, Melanie Mabel** 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 Guaman Yupa-Lalangui Roblez.docx (D63774380)
Presentado	2020-02-11 23:40 (-05:00)
Presentado por	beatriz.guaman@outlook.es
Recibido	aline.gutierrez.ucsg@analysis.urkund.com
Mensaje	adj. Mostrar el mensaje completo
0% de estas 27 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.	

Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs

TUTOR

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero dar gracias a Dios por guiarme y darme mucha fuerza en este largo recorrido de mi carrera, por hacer mi sueño realidad por todas las bendiciones que me ha dado.

A la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional.

A mi directora de Titulación, Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs por su esfuerzo y dedicación quien, con su conocimiento, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda culminar mis estudios con éxito.

También me gustaría agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con su conocimiento para mi formación.

A mi querida hija Alice y a mi esposo gracias por ser mi fuente de inspiración y el motor de mi vida por su paciencia por todo lo que hacen para verme feliz.

A mis abuelitos gracias por sus sabias y bondadosas palabras, por su amor incondicional por formar una persona noble, dulce y cariñosa, por sus consejos por estar conmigo en las buenas y en las malas “yupaychani”.

A mis queridos padres que, aunque estén lejos gracias por su apoyo, por su esfuerzo por confiar en mí.

A mi tía Nachi gracias por ser mi luz en medio de mi oscuridad por sus consejos para seguir adelante.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado.

Para todos: Muchas gracias y Que Dios los bendiga

María Beatriz Guamán Yupa

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, por brindarme la sabiduría para culminar una etapa más, a mis padres por su apoyo y sacrificio durante estos años para poder brindarme la educación, por estar siempre ahí siempre motivándome y dándome fuerzas a pesar de la distancia. A todos mis profesores, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de mi carrera, en especial a mi tutora de tesis por compartir sus conocimientos para el desarrollo de este trabajo de investigación, a mi compañera por acompañarme durante el proceso de nuestra tesis, por su paciencia y dedicación.

Finalmente, agradezco a las personas que aportaron con información para el desarrollo de este trabajo

Melanie Mabel Lalangui Roblez

DEDICATORIA

Este proyecto es dedicado para mi querida hija Alice, quien fue mi fortaleza en los momentos de lágrimas, angustia, frustración, ella con su sonrisa me cambiaba mi ánimo me motivaba a seguir adelante y me demostraba que con paciencia y voluntad todo se puede, para mí no existió el cansancio porque ella es lo más importante en mi vida, las palabras no son suficientes para expresar lo que siento por ti y gracias por creer en mí, tú eres mi mundo y simplemente mi todo.

Te amo mucha hija.

María Beatriz Guamán Yupa

DEDICATORIA

Mi trabajo de titulación se lo quiero dedicar a mi abuelita que, aunque ya no esté físicamente, sé que me acompañó en todo momento dándome la fuerza necesaria para continuar, a mi familia que siempre ha estado ahí para apoyarme. A mis padres por ser el pilar fundamental de mi vida. A mis hermanos Jimmy y Evelyn, mis compañeros de vida quienes me han acompañado en todo momento y me han apoyado incondicionalmente.

Melanie Mabel Lalangui Roblez



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

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs

TUTOR

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

DIRECTORA DE CARRERA

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.

COORDINADORA DEL ÁREA

Lcda. Mariela Pinos, 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
Guamán Yupa, María Beatriz	
Lalangui Robles, Melanie Mabel	

Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs

TUTOR

Índice General

Índice de tablas	XVII
Índice de figuras	XVIII
Índice de Apéndices	XIX
Resumen	XX
Abstract	xxii
Introducción	2
Antecedentes	3
Justificación	5
Planteamiento del Problema	5
Formulación del Problema	6
Objetivos	6
Objetivo General	6
Objetivos Específicos	6
Capítulo I: Marcos de la Investigación	7
Marco Teórico	7
Teoría General de los Sistemas	7
Teoría de las Necesidades De Maslow	7
Teoría de Desarrollo Sustentable	8
Marco Conceptual	9
Turismo Sostenible	9
Turismo	9
Marketing	9
Marketing turístico	10
Marketing mix	10
Turismo Comunitario	10
Ecoturismo	11
Destino turístico	11
Producto turístico	11
Turismo rural	11
Marco Referencial	12
Plan de marketing de turismo interno de Perú	12

La Ruta Amazonía	13
Marco legal	13
Ley de Turismo	13
Codificación de la Ley de Organización y Régimen de las Comunas	15
Capítulo II: Diagnóstico Turístico de la Comuna Caguanapamba	16
Generalidades de la Comuna Caguanapamba	16
Gobernanza	20
Comunidad receptora	23
Atractivos	25
Huerto medicinal de la señora Fabiola	25
Taller artesanal de prendas cañaris de Segundo Chimborazo	26
Mirador Chigaqpamba	27
Visita a la casa de Don Idelfonso Cazho	28
Medicina Andina con Tayta Tobías Falcon	29
Noche cultural	30
Laguna Culebrillas	31
Cerro Yanahurco	32
Labrashcarrumi	33
Infraestructura	36
Vías de Acceso	36
Comunicación	36
Sanidad	36
Energía	36
Oferta de servicios	37
Desayuno:	37
Almuerzos y Cena	37
Opciones de Plato Fuerte:	39
Opciones de Postre:	39
Capítulo III: Metodología de la Investigación de Mercado	40
Tipo de estudio	40
Enfoque del estudio.	40
Diseño de Investigación.	40
Método de Investigación	40
Población	40
Diseño Muestral	41

Muestra y Cálculo _____	41
Desarrollo _____	41
Herramienta de Investigación _____	42
Análisis de los resultados de la encuesta _____	43
Análisis de los resultados _____	47
Capitulo IV: Diseño del Plan de Marketing Turístico _____	48
Objetivos _____	48
Objetivo general de la propuesta _____	48
Objetivos específicos de la propuesta _____	48
Necesidades de Intervención _____	50
Matriz de Marketing Mix _____	51
Producto _____	51
Precio _____	53
Plaza _____	54
Promoción _____	54
Fijación de estrategias _____	56
Estrategias de producto _____	56
Estrategia 1. Mejorar la implementación de Facilidades _____	56
Estrategia de comercialización _____	57
Estrategia 1. Nuevos canales de comercialización _____	57
Estrategia 2. Promoción del turismo Comunitario _____	58
Estrategia 3. Implementación de la imagen _____	59
Estrategia de precio _____	60
Estrategia 1. Descuento en tarifas _____	60
Tabla 15. Cronograma de Acciones _____	62
CONCLUSIONES _____	63
RECOMENDACIONES _____	64
GLOSARIO _____	65
APÉNDICES _____	69

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Listado de personas que forman parte del Consejo de Gobierno de la Comunidad Caguanapamba</i> _____	20
Tabla 2. <i>Lista de instituciones quienes ayudaron al Desarrollo Comunitario de la Comunidad.</i> _____	21
Tabla 3. <i>Lista de Instituciones nacionales e internacionales</i> _____	22
Tabla 4. <i>Comunidad Receptora</i> _____	24
Tabla 5. <i>Atractivos Inventariados de la Comunidad Caguanapamba</i> _____	35
Tabla 6. <i>Necesidades de Intervención</i> _____	50
Tabla 7. <i>Significado de los colores del logotipo</i> _____	55
Tabla 8. <i>Estrategia 1. Mejorar la implementacion de Facilidades</i> _____	56
Tabla 9. <i>Estrategia 1. Nuevos canales de comercialización</i> _____	57
Tabla 10. <i>Estrategia 2. Promoción del turismo Comunitario</i> _____	58
Tabla 11. <i>Estrategia 3. Implementación de la imagen</i> _____	59
Tabla 12. <i>Estrategia 1. Descuento en tarifas</i> _____	60
Tabla 13. <i>Costo total del proyecto</i> _____	61

Índice de figuras

<i>Figura 1.</i> Huerto medicinal de la señora Fabiola. _____	26
<i>Figura 2.</i> Fotografía del taller artesanal de prendas Cañaris de Segundo Chimborazo. _____	27
<i>Figura 3.</i> Fotografía del mirador Chigaqpamba. _____	28
<i>Figura 4.</i> Fotografía en la casa de Don Idelfonsio junto con su esposa y turistas. ___	29
<i>Figura 5.</i> Fotografía de la ceremonia con Tayta Tobías Falcon junto con los turistas. _____	30
<i>Figura 6.</i> Fotografía de los jóvenes de la comunidad participando en la noche cultural. _____	30
<i>Figura 7.</i> Imagen de la sagrada Laguna de Culebrillas. _____	32
<i>Figura 8.</i> Imagen del Cerro Yanahurco. _____	33
<i>Figura 9.</i> Labrashcarrumi. _____	34
<i>Figura 10.</i> Atractivo Labrashcarrumi. _____	34
<i>Figura 11.</i> Habitaciones que ofrecen la comunidad para los turistas. _____	37
<i>Figura 12.</i> Fotografía de cómo es la pampa mesa y los productos que conforman. _	38
<i>Figura 13.</i> Imagen de un plato típico de la comunidad sopa de arroz de cebada y nabo. _____	38
<i>Figura 14.</i> Edad de la muestra. _____	43
<i>Figura 15.</i> Porcentaje del Motivo principal del viaje a Ingapirca. _____	43
<i>Figura 16.</i> Porcentaje con quien realiza su viaje. _____	44
<i>Figura 17.</i> Porcentaje de muestra de realizar turismo comunitario. _____	45

<i>Figura 18.</i> Porcentaje de precios con alojamiento. _____	45
<i>Figura 19.</i> Porcentaje de precios sin alojamiento _____	46
<i>Figura 20.</i> Porcentaje de las actividades que han realizado. _____	46
<i>Figura 21.</i> Analisis FODA de la Comunidad Caguanapamba _____	49
<i>Figura 22.</i> Matriz de Marketing Mix. _____	51
<i>Figura 23.</i> Del logotipo de la comunidad Caguanapamba _____	55

Índice de Apéndices

Apéndice A. Encuesta _____	69
Apéndice B. Fichas del sistema turístico _____	71
Apéndice C. Fichas de Jerarquización de atractivos. _____	80

Resumen

La finalidad de este proyecto es impulsar el turismo comunitario en la comunidad Caguanapamba a través de un Plan de marketing puesto que dentro del producto que se propone se engloban ciertas actividades y atractivos como son: medicina ancestral, mirador de Chigaqpamba, visita a huertos medicinales, visita a la sagrada laguna de Culebrillas, noche cultural, variedad de gastronomía, pesca deportiva, convivencia familiar y visita a El Tambo real de Paredones. Las actividades se realizan en la comunidad con la colaboración de sus cinco sectores, así mismo cuenta con facilidades turísticas como: guía local, servicio de restauración y servicio de alojamiento para que los turistas puedan disfrutar de su estadía. Como resultado del análisis de la demanda mediante las encuestas que se realizaron para conocer el perfil del turista la mayoría son jóvenes entre 18 a 28 años, han realizado turismo comunitario dentro de las actividades lo que más les gusta es disfrutar de la comida típica, además de eso están dispuestos a pagar por un paquete de turismo comunitario con alojamiento \$76 y por el mismo paquete, pero sin alojamiento \$34. Para el siguiente proyecto se utiliza el marketing mix precio, promoción, plaza, producto. Además, estrategias de promoción, estrategias de comercialización y formación.

Palabras clave: turismo, comunitario, demanda, medicina ancestral, noche cultural, marketing, comunidad

Abstract

The purpose of this project is to promote community tourism in Caguanapamba community through a Marketing Plan., Certain activities are included, such as: ancestral medicine, Chigaqpamba viewpoint, visit to medicinal gardens, visit the sacred lagoon of Culebrillas, cultural night, variety of gastronomy, sport fishing, family life and visit to El Tambo real de Paredones. The following activities are carried out in the community with the collaboration of its five sectors, likewise it has tourist facilities such as: local guide, catering service and accommodation service so that tourists can enjoy their stay. As a result of the analysis of the demand through the surveys that were carried out to know the profile of the tourist, the majority are young people between 18 and 28 years old, they have made community tourism activities, what they liked most is to enjoy the typical food, in addition of that, they are willing to pay for a community tourism package with accommodation \$ 76 and for the same package, but without accommodation \$ 34. For the next project, the marketing mix is used: price, promotion, place, product. In addition, promotion strategies, marketing strategies and training.

Keywords: *tourism, community, demand, ancestral medicine, cultural night, marketing, community*

Introducción

En la actualidad los destinos que ofrecen turismo comunitario están siendo muy demandados, por esta razón se escogió la comunidad Caguanapamba para desarrollar un plan de marketing, ya que posee los atractivos naturales y culturales, mismos que aún no han tenido una difusión eficaz.

Se escogió la comunidad Caguanapamba ya que tiene los recursos necesarios para desarrollarse turísticamente, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo impulsar a que comunidad obtenga un incremento de la demanda, mediante investigaciones y salidas de campo donde se determinó la situación actual de la comunidad.

La comunidad Caguanapamba se encuentra ubicada a cinco kilómetros de la cabecera cantonal el Tambo, el turismo comunitario representa oportunidad para poder mejorar la calidad de vida de los habitantes, a través de un desarrollo responsable se puede preservar los atractivos naturales y culturales que la comunidad ofrece para de esta manera brinde un servicio excelente a los turistas.

Por lo tanto, el presente trabajo de titulación se encuentra estructurado en cuatro capítulos donde el primer capítulo se encuentran las distintas teorías que sustentan la investigación, referencias de proyectos que han desarrollado propuestas de promoción que han sido aplicadas de una manera eficaz dando resultados satisfactorios, además se encuentran distintos conceptos que permiten conocer más del tema. En el segundo capítulo se encuentra detallada la situación actual del sistema turístico de la comunidad recogida mediante una investigación de campo.

El tercer capítulo comprende la descripción del estudio de mercado donde se realiza el análisis de la demanda, además se exponen las herramientas que se utilizaron para el desarrollo de la investigación, se describe el análisis FODA de la comunidad y la matriz de marketing mix. Finalmente, el cuarto capítulo expone el plan de marketing que servirá para el desarrollo turístico de la comunidad Caguanapamba.

Antecedentes

Ecuador es un país multiétnico y pluricultural donde existen comunidades que han dado un paso al turismo tanto para el beneficio de la comunidad y para las personas que la conforman, de manera que la comunidad comparta con los visitantes sus tradiciones, costumbres y sus perspectivas sobre la vida y naturaleza.

Caguana, C. (2019) Según el presidente actual de la comunidad comentó: las comunidades de Caguanapamba y Sisid Anejo desde tiempo atrás han iniciado la actividad turística utilizando los recursos naturales y culturales que existen dentro de las comunidades. El turismo en las dos comunidades se inició en el año 2002, en ese entonces participaban de la guianza en el Complejo Arqueológico de Ingapirca, poco a poco se involucraron con los turistas y les mencionaron que dentro de las comunidades también podían disfrutar de atractivos naturales, culturales y tradiciones. A los comuneros les atrajo las actividades turísticas, así mismo vieron al turismo como un eje primordial para acabar con la migración, crear fuentes de trabajo y generar ingresos extras a la comunidad.

El turismo comunitario se formó en el año 2005 bajo las dos comunidades de Caguanapamba y Sisid Anejo bajo el nombre de Kuya Llacta que significa lugar de paz, de esta manera se inició la elaboración de un estudio general que contenía investigaciones, fotografías, filmaciones de los principales atractivos turísticos de las comunidades. Este estudio se realizó con la ayuda de los investigadores del Museo de Smithsonian de Washington, Estados Unidos. Los comuneros fueron los principales participantes en la realización del documento con demostraciones de artesanías, danzas, cultura, gastronomía de Caguanapamba y Sisid Anejo (Caguana F. , 2019).

Caguana, F. (2019) que fue presidente en el año 2014 y que formó parte del turismo comunitario desde años atrás comenta: en el año 2007 se logró formar una organización para que se encargue del área turística de Caguanapamba y Sisid Anejo, la cual empieza a gestionar para que se realice un estudio de mercado en estas comunidades, a través del Centro de Desarrollo e Investigación Rural, (CEDIR). En el año 2008 se firma el convenio entre las dos comunidades y el CEDIR. El convenio se ejecuta teniendo los recursos humanos y económicos necesarios. Se inicia la realización del convenio en la zona de Ingapirca, los turistas fueron entrevistados y se

dio a conocer que ellos deseaban conocer sobre cultura, gastronomía, historia, danza, música de las dos comunidades.

Caguana, F. (2019) comentó que en el año 2009 se unieron las dos comunidades para trabajar realizando la minga de limpieza de la vía pública. También se implementó señalética en los senderos y en puntos más importantes, en ese mismo año se inicia la construcción de la casa comunal de Caguanapamba. En el 2010 el CEDIR consigue un fondo económico en la Organización Mundial de Turismo (OMT), para la realización de un centro de hospedaje comunitario con una capacidad máxima de 60 personas. En el mismo año comenzaron los conflictos por el agua de riego entre las comunidades, en una reunión se decide que se realice la construcción del Centro Comunitario en Sisid Anejo. Al finalizar la construcción del centro de hospedaje comunitario, los comuneros de Sisid, deciden separarse de la organización por falta de comunicación y mala administración; y Caguanapamba y Sisid Anejo empezaron a trabajar individualmente en el área turística.

En el año 2012 después de la construcción de la casa de hospedaje se dieron muchos conflictos entre los comuneros porque invierten y no ven rentabilidad, por otro lado las malas conexiones de agua y el pozo séptico provocaron incomodidad en las instalaciones, por lo que no se pudo recibir turistas durante esos años por la ineficiencia de la administración de la comuna, además no hubo fondos ni beneficios para el área de turismo por lo cual se vio afectado significativamente para toda la comuna (Caguana C. , 2019).

En los siguientes años los turistas acudían, pero se quedaban en casas de algunos comuneros, ellos ofrecían la visita a la sagrada laguna de Culebrillas, disfrutaban de la música a base de instrumentos del viento, danza presentada por los chicos de la comuna. Así mismo la comuna ha recibido charlas de turismo y han participado en ferias demostrando artesanías que representan su cultura.

En año actual retomaron el turismo comunitario puesto que dentro de sus paquetes ofrecen alojamiento, restaurante, servicios de guías. Así mismo pueden disfrutar de la gastronomía típica de la zona mediante la pampa mesa, música, danza en el páramo se puede observar venados, alpacas, llamas y aves.

Una de las actividades que incluye el paquete es la convivencia con las familias. Los comuneros pueden compartir sus tradiciones sobre la agricultura y

ganadería, los turistas pueden ordeñar vacas, pueden participar en sembríos, cosechas y preparar alimentos.

Justificación

Esta investigación analiza la importancia que tiene el diseño de un plan de marketing de turismo comunitario para la comunidad de Caguanapamba. Es un territorio que posee atractivos claves para el desarrollo turístico de la zona. La Comunidad está ubicada en la provincia de Cañar, y por su ubicación geográfica en los últimos años ha tenido un crecimiento de demanda turística, pues se encuentra cerca del Complejo Arqueológico Ingapirca.

Este sector cuenta con atractivos arqueológicos y una cultura viva de la nación cañari, también ofrece distintos recorridos, donde se puede realizar avistamiento de flora y fauna, servicio de alojamiento, guía y transporte. Dentro de todas estas actividades los turistas pueden compartir la comida y la tradición de los indígenas mediante la pampa mesa y demás rituales sagrados. (El Tiempo, 2011)

Por otro lado, el Municipio no cuenta con proyectos para el fortalecer el turismo en esta zona, tampoco cuenta con un plan de marketing turístico, lo que impide el crecimiento del turismo en Caguanapamba. Esta comunidad cuenta con los recursos necesarios para hacer del turismo una de sus principales fuentes de ingreso, está ubicado estratégicamente, lo que le permite recibir turistas nacionales y extranjeros. Con la cooperación del GAD y el sector privado, Caguanapamba puede formar parte de los lugares que las familias quieren visitar. (Pizarro, 2018)

Planteamiento del Problema

La Comunidad de Caguanapamba, ubicada a cinco kilómetros del cantón El Tambo, desde ya hace algunos años ha venido desarrollando turismo comunitario bajo el nombre de Kuya Llakta cuyo significado es lugar de paz, aquí se ofrecen servicios de alojamiento, senderismo, restauración y avistamiento de flora y fauna. Además, ofrece cuatro tipos de rutas para realizar distintos recorridos, a pesar de esto, la comunidad aún no ha logrado ser reconocida a nivel nacional.

Uno de los problemas que presenta la comunidad es la migración de sus habitantes, ya que sus ingresos económicos son bajos es por lo que se ven en la obligación de salir de Caguanapamba. Los comuneros se dedican a actividades de

agricultura y manufactura, aunque el turismo es el sector que les brinda un mayor ingreso que las actividades mencionadas. La comunidad no ha logrado posicionarse como la primera opción de los turistas esto se debe a la falta de preparación de los habitantes, pues muchos de ellos no han culminado todos sus niveles de estudio por lo tanto no logran brindarles un servicio de calidad.

Además, otros de los factores que limitan el desarrollo del turismo en la comunidad, es la falta de información de los lugares y actividades que Caguanapamba ofrece a los turistas, el acceso a los atractivos representa un inconveniente debido al estado en el que se encuentran las vías y la falta de transporte público que puede facilitar la llegada de los visitantes de manera más rápida.

En base al problema descrito y la falta de estrategias de promoción de los atractivos de la comunidad de Caguanapamba, es necesario el diseño de un Plan de Marketing de Turismo de Comunitario, que permita mejorar la calidad de vida de todos los miembros de la comunidad mediante el aprovechamiento de los recursos para de esta manera lograr el posicionamiento del lugar.

Formulación del Problema

¿Cómo influye el diseño de un Plan de Marketing en el turismo comunitario de la comunidad de Caguanapamba?

Objetivos

Objetivo General

Elaborar un plan de marketing de turismo para la comunidad Caguanapamba ubicado en el Cantón El Tambo, Provincia del Cañar.

Objetivos Específicos

1. Realizar un diagnóstico turístico de la situación actual de la comunidad Caguanapamba, para identificar las fortalezas y amenazas del producto.
2. Determinar las características de la demanda turística de la comunidad, para diseñar estrategias de promoción efectivas.
3. Diseñar un plan de marketing turístico de la comunidad Caguanapamba, para comercialización adecuada de sus productos turísticos.

Capítulo I: Marcos de la Investigación

Marco Teórico

Teoría General de los Sistemas

Según Von Bertalanffy, (1986) un sistema es un conjunto de elementos que suman esfuerzos colaborando de manera coordinada y con una constante interacción para alcanzar los objetivos en común. La teoría general de sistemas es una herramienta de aplicación, donde se puede detectar cualquier tipo de desviación de manera oportuna para hacer las correcciones pertinentes a través de una visión integral y global de su objeto de estudio.

Molina (2000) define al sistema turístico:

Como un sistema abierto relacionado con el medio ambiente con el que establece intercambios: el sistema importa insumos que al ser procesados emergen al entorno en forma de productos. Integrado por 6 subsistemas: superestructura, demanda, atractivos, equipamiento, infraestructura y comunidad local los que interactúan entre sí con el fin de alcanzar un objetivo común.

La organización mundial de turismo (OMT) 1988 de acuerdo con la teoría de los sistemas lo define de la siguiente manera:

“La actividad turística es el resultado de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar desde una óptica sistémica y propone un modelo de mercado con cuatro elementos: la oferta, la demanda, el espacio geográfico y los operadores” (Ricaurte, 2009).

Esta teoría fue utilizada para realizar el diagnóstico turístico de la Comunidad Caguanapamba para su posterior análisis.

Teoría de las Necesidades De Maslow

En 1943, Maslow propone su “Teoría de la Motivación Humana” la cual se ha convertido en una de las principales teorías en el campo de la motivación, la gestión empresarial y el desarrollo y comportamiento organizacional. Maslow identificó cinco niveles distintos de necesidades, dispuestos en una estructura piramidal, en la que las

necesidades básicas se encuentran debajo, y las superiores o racionales arriba (Sergueyevna, Mosher, & Elmer, 2013).

Dentro de la pirámide existen niveles de las necesidades donde la primera necesidad es:

Fisiológicas: son aquellas que están orientadas a las necesidades básicas para la supervivencia como, por ejemplo: la alimentación.

Seguridad: estas necesidades están orientadas a la seguridad personal, la estabilidad y el orden como: salud y empleo.

Afiliación: dentro de estas necesidades encontramos aquellas necesidades que no están satisfechas en su totalidad, como la necesidad de pertenecer a un grupo social o formar una familia.

Reconocimiento: Dentro de este nivel es necesario que las tres necesidades estén satisfechas, para que la persona puede sentir seguridad de sí mismo.

Autorrealización: En este nivel la persona se siente segura de realizar algo, donde desarrolla su creatividad, talento.

Lo que se quiere lograr con esta teoría es que el turismo comunitario en la comunidad Caguanapamba, genere ingresos y condiciones que mejoren todos los niveles de la pirámide de Maslow.

Teoría de Desarrollo Sustentable

El desarrollo sustentable requiere de una política donde toda actividad productiva se ocupe de satisfacer las necesidades de la población actual, y se preocupe por atender las necesidades de las generaciones futuras, en función de los recursos disponibles, lo que implica orden y límites que deben establecerse a la organización social actual (Ramirez, Sanchez, & Garcia, 2003).

La estrategia para el desarrollo sustentable tiende a promover las relaciones armoniosas de los seres humanos entre sí y entre la humanidad y la naturaleza. La consecución de un desarrollo sustentable requiere: un sistema político democrático que asegure a sus ciudadanos una participación efectiva en la toma de decisiones; donde se requiere de un sistema de producción que cumpla con el imperativo de preservar el medio ambiente (Ramirez, Sanchez, & Garcia, 2003).

Esta teoría es de gran importancia, ya que se quiere lograr un posicionamiento para la Comunidad sin tener que desgastar sus recursos tanto naturales como culturales; al contrario, se quiere lograr que los turistas disfruten de los atractivos a conciencia.

Marco Conceptual

Turismo Sostenible

El Ministerio de Ambiente señala que: el turismo sostenible es el desarrollo de una actividad recreacional responsable, que integra ejes importantes como el de conservar los recursos naturales y culturales, sostener el bienestar local asegurando una viabilidad económica y sensibilizar a través de educación e interpretación ambiental a los visitantes y gestores de la actividad (Ministerio del Ambiente, 2015).

Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) define al turismo como: Turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales, ocio o de negocios. Esas personas se denominan viajeros que pueden ser o bien turistas o excursionistas pueden ser residentes o no residentes y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (Organización Mundial de Turismo , 2008).

Marketing

Es la planificación y ejecución de todos los aspectos y actividades relativos a un producto, con objeto de persuadir a los consumidores para que compren la mayor cantidad posible al mejor precio, donde la empresa obtiene el máximo beneficio de la empresa a largo plazo (Arjona, 2009).

Además, el marketing es la capacidad de identificar espacios de demanda y generar alternativas para provocar el consumo (Bilancio, 2008).

Por otro lado, otros autores definen al marketing, más que cualquier otra función de negocios, se refiere a la actividad encaminada a involucrar clientes y administrar redituables con ellos (Armstrong,G. & Kotler,P., 2007).

“El marketing es la actividad, el conjunto de instituciones y los procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los clientes, los socios y la sociedad en general” (American Marketing Association, 2017).

Marketing turístico

El marketing turístico es la parte del marketing encargado de guiar la comercialización de los productos o servicios de las empresas y organizaciones que integran el sector turístico. Para ello se debe estudiar al consumidor turístico y sus necesidades y deseos. Además de eso conocer las características de los mercados y los entornos que rodean a las empresas y organizaciones del sector turístico las estrategias y acciones de marketing (Marmol & Ojeda, 2016).

Marketing mix

El marketing mix, es una definición utilizada para denominar al grupo de instrumentos y diversos factores que tiene la persona que se encarga de la mercadotecnia de una empresa para lograr las metas de la organización. Esto significa que la mezcla de mercadotecnia es la combinación de las técnicas de mercadotecnia que señalan para efectuar los cuatro componentes denominados como “las cuatro P” que son producto, precio, plaza y promoción (Arriaga, Alavos, & De la Torre, 2012).

Turismo Comunitario

“Es un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y/o cultural de la región en la que se asienta para desarrollar y ofrecer un servicio turístico caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones conducentes a potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los beneficios derivados de la actividad turística” (Ministerio de Turismo, 2010).

La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) define al turismo comunitario como:

Es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios,

los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados (Santana C. & Atiencia M., 2014).

Ecoturismo

El ecoturismo es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local (World Tourism Organization, 2019).

Destino turístico

Según la Organización Mundial de Turismo (2019) define al destino turístico como:

“Un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación de productos, servicios, de actividades, en la cadena de valor del turismo”.

Producto turístico

Un producto turístico es una combinación de recursos naturales y culturales, también incluye atractivos turísticos, instalaciones, actividades y las respectivas instalaciones y servicios. El producto turístico se distribuye a través de los canales de distribución así mismo se fija el precio y tiene un ciclo de vida (World Tourism Organization, 2019).

Turismo rural

De acuerdo con la organización mundial de Turismo se refiere al Turismo rural:

Es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. Características principales del turismo rural: baja densidad

demográfica, Paisajes y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura. Estructuras sociales y formas de vida tradicionales (World Tourism Organization, 2019).

Ernesto Barrera (2006) define al turismo rural como:

“El turismo Rural es aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesto por una oferta integrada de ocio dirigida a una demanda cuya motivación incluye el contacto respetuoso con el entorno natural y una interrelación con la población local”.

Marco Referencial

Plan de marketing de turismo interno de Perú

Esta guía fue desarrollada, con el objetivo de apoyar en alcanzar las metas de la Sub Dirección de Turismo Interno, donde contiene información detallada del perfil del turista, gasto turístico, lugares más visitados, análisis FODA y el nivel socioeconómico de la población peruana. Esta guía indica que el 22% de los limeños realizan viajan en el Perú. Lima es la ciudad que usa internet de manera intensiva.

Un 74% de los millenials de edades entre 18 y 34 años, planifican sus viajes y la mayoría los realizan en menos de un mes. Permanecen un promedio de 4 noches, visitan Lima, Arequipa e Ica, además realizan actividades de sol y playa y su gasto promedio es de S./1879 que expresados en dólares americanos son USD 560.89

Una de las fortalezas es que los peruanos tienen la posibilidad de contar con efectivo, y una de las amenazas es la eliminación de la Visa Schenguen a los peruanos.

Además, brinda recomendaciones de los lugares donde tiene que estar enfocado el marketing. En este plan destacan a Lima como la ciudad más visitada, y la que mejor ha desarrollado su marketing. (PromPerú, 2015)

Esta guía servirá de apoyo para realizar el diseño de marketing para la comunidad de Caguanapamba, ya que Perú es un país que tiene un fuerte componente de turismo comunitario cuyas iniciativas son un referente importante para proyectos nuevos.

La Ruta Amazonía

Este proyecto ha sido impulsado por el Fondo Ecuatoriano de Cooperación para el Desarrollo - FECD, que ha contado con el apoyo de varias organizaciones locales e internacionales, se denomina Posicionamiento y Comercialización del Turismo Comunitario en Orellana. Se compone de tres redes de turismo comunitario, cada uno de ellos con productos turísticos distintos. El proyecto surge para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida que las comunidades buscan. (FECD, 2011).

Dentro de las estrategias de este proyecto, se encuentran las estrategias ambientales donde se capacitaron a las comunidades en el manejo de los residuos sólidos y en el uso adecuado de los recursos naturales, además de estrategias culturales-sociales donde se buscó revalorizar la cultura de los pueblos indígenas e implementar la representación de las culturas vivas (FECD, 2011).

Este manual ha sido de gran apoyo para el crecimiento de la demanda en la Amazonía, ya que contiene información de todos los lugares, rutas, centros de hospedajes. Además, que la información es de libre acceso.

El manual será de apoyo para el presente trabajo, ya que la región Amazónica ofrece un tipo de turismo comunitario que se ha desarrollado de una manera gradual, aprovechando todos sus recursos naturales y culturales.

Marco legal

Ley de Turismo

“Ley de Turismo dispone que cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades” (Ministerio de Turismo, 2010 art. 12).

De acuerdo con el art. 12 del reglamento para los centros turísticos comunitarios menciona que:

Los centros de turismo comunitario podrán realizar una o más de las siguientes actividades: Alojamiento, Alimentos y bebidas, Transportación turística, Operación, Organización de eventos, Congresos, Convenciones. Así mismo, se desarrollarán

exclusivamente dentro de los límites de la jurisdicción territorial de la comunidad. La Gestión de la comunidad calificada como (CTC) centro de turismo comunitario, se normará dentro de la organización comunitaria y promoverá un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en la revalorización de su identidad, costumbres, tradiciones; a través de un intercambio de experiencias con visitantes, con la finalidad de ofertar servicios de calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades (Ministerio de Turismo, 2010).

Con respecto al art. 5 la Gestión se refiere que: las actividades corresponden a la comunidad y así se procederá a su registro en el Ministerio de Turismo, cuando ya inicié su funcionamiento en caso de que exista establecimientos turísticos familiar o privada que no interfieran en las actividades turísticas de la comuna puesto que, se registraran en el ministerio de turismo en forma privada (Ministerio de Turismo, 2010).

“Es función del Ministerio de Turismo promover y fomentar el desarrollo de los centros de turismo comunitario para el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores” (Ministerio de Turismo, 2010 art. 6).

De acuerdo con el artículo 9 del Reglamento para los centros turísticos Comunitarios:

El procedimiento del Registro es la siguiente. - Recibida la solicitud, la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo, dispondrá fecha y hora para una inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados en la petición. En la referida inspección se procederá a llenar la Hoja de Planta Turística. Con tal información y verificando que se haya cumplido con los requisitos necesarios, se procederá a ingresar los datos de la comunidad al sistema de información del Ministerio de Turismo, creando para el efecto un número de registro y número de folio en el que se ingresa y se apertura el expediente; el mismo que se acompañará de un informe técnico del Ministerio de Turismo, en el que se indicará que el Centro de Turismo Comunitario cumple con los estándares mínimos de calidad que estarán dispuestos en el instructivo.

Codificación de la Ley de Organización y Régimen de las Comunas

Artículo 1. Establecimiento y nominación de las comunas. Todo centro poblado que no tenga la categoría de parroquia, que existiera en la actualidad o que se estableciere en lo futuro, y que fuere conocido con el nombre de caserío, anejo, barrio, partido, comunidad, parcialidad, o cualquiera otra designación, llevará el nombre de comuna, a más del nombre propio con el que haya existido o con el que se fundare (Comisión de Legislación y codificación , 2004).

Según el **Artículo 2.** De la comisión de Legislación y codificación, 2004 menciona; “Sujeción a la jurisdicción parroquial. La comuna estará sujeta a la jurisdicción de la parroquia urbana o rural dentro de cuya circunscripción territorial se encuentre”.

Artículo 4. Dependencia administrativa del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Administrativamente las comunas dependen del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Los derechos que esta Ley concede a las comunas estarán supervisados y dirigidos por el indicado Ministerio.

Artículo 5. Requisito para constituir una comuna. Para poder constituir una comuna es indispensable que el número de habitantes que radiquen habitualmente en ella sea no menor de cincuenta.

Artículo 6. “Posesión de bienes colectivos. Los habitantes de las comunas podrán poseer bienes colectivos, como tierras de labranza y pastoreo, industrias, acequias, herramientas, semovientes, establecimientos educacionales, etc.” (Comisión de Legislación y codificación , 2004).

Artículo 7. Uso y goce de bienes colectivos. Los bienes que posean o adquieran en común, serán patrimonio de todos sus habitantes; su uso y goce se adecuarán, en cada caso, a la mejor conveniencia de cada uno de ellos, mediante la reglamentación que se dicte, libremente, para su administración.

Capítulo II: Diagnóstico Turístico de la Comuna Caguanapamba

Generalidades de la Comuna Caguanapamba

La comuna Caguanapamba cuenta con terrenos de páramo de aproximadamente 3500 hectáreas de los cuales existen 25 hectáreas de plantación forestal de pino Patula, las 40 hectáreas son divididas en huertos familiares, además cada familia cuenta con propiedades privadas. También se dedican a la explotación ganadera, es el lugar donde nace el agua que almacena a los reservorios y también se capta para el consumo humano.

Se encuentra ubicada a cinco km del Cantón El Tambo, pertenece a la Parroquia El Tambo, está conformado por cinco sectores como son: Naunag, Cruz Loma, Bolsillo, Zharo y el centro de la comunidad.

Sus límites son:

Norte: con la provincia de Chimborazo.

Sur: Rambran Playa y río Cañar.

Este: con la comuna Sisid Anejo

Oeste: con el río San Antonio y Sumpalá.

Según las investigaciones realizadas por algunos cronistas el término fue “Caúana” (sic) es una palabra quechua que quiere decir “miradero” esto quiere decir lugar para mirar alrededor. Termino Caguanapamba: es una toponimia Cañari que significa “Llanura de los Caguanas” (La Comunidad Caguanapamba, 2020).

La comuna cuenta con su propio Estatuto y Reglamento Interno, no se aplica cuando no existe la participación de todos sus miembros en la elaboración por los comuneros. Además, cuando existen grandes problemas entre familiares y comuneros para solucionarlos recurren a las autoridades civiles y se proceden a las multas para que exista una igualdad dentro de la comunidad.

La comunidad se organiza a través de mingas periódicamente, vigilan y aclaran el lindero del territorio comunal, cada comunero mantiene el lindero en sus huertos y en terrenos privados se mantiene escritura pública. La producción de los cultivos se

protege del mal clima con prácticas agroforestales (cortinas rompe vientos ejemplo la planta kishuar) en pequeños porcentajes.

El jefe de la familia es el esposo deja delegando temporalmente a la esposa mientras migra, entre familias existen buenas relaciones reciprocas. Existe migración de hombres y mujeres por lo regular a las grandes ciudades como: Cuenca, Guayaquil, Estados Unidos y España. Los hombres trabajan como albañiles, obreros, las mujeres de empleada domésticas, se tiene un 60% de la población que migra es por falta de iniciativas, creatividad y sobre todo la información y conocimiento para el aprovechamiento de sus recursos de la comuna (La Comunidad Caguanapamba, 2020).

Por el lado de la salud los comuneros preparan ciertos medicamentos a base de las plantas, en la misma comunidad hay también personas como comadronas quienes se encargan de traer al bebé al mundo, los yachacs se encargan de curar y realizar limpiezas ancestrales, además el Sub Centro de salud cuenta con especialistas en medicina general y odontología.

La preparación de los alimentos para los comuneros está a cargo de las mujeres, por lo general preparan comida típica tales como: arroz de cebada, quinua, maíz, máchica, habas, arveja, lenteja, papa, oca, mashua, melloco, entre otras verduras, lácteos y carnes. Además, en las tiendas se compran víveres sobre todo la sal, achote, manteca, azúcar, fideo, sardinas y aliños entre otras cosas.

Celebran las fiestas familiares y comunitarias como: Navidad, Carnaval, Año Viejo, Año nuevo, Tres reyes, Corpus Christi, Octava, El Ayamarca Raymi (día de los difuntos) y otros. Los hombres de la comunidad tienen como su pasatiempo favorito practicar con frecuencia los deportes: fútbol, indor entre otros en forma amistosa y en campeonatos; en cambio las mujeres participan en música y bailes folclóricos, encuentros como el Inti Raimy, Killa Raimy, Paucar Raimy, Cápac Raimy entre otras. Valores de la comunidad Caguanapamba son: El respeto, la solidaridad, equidad en el trabajo.

Principales creencias en la comuna, por ejemplo:

Cuando canta la gallina trae mala suerte

Cuando aúlla el perro es casi seguro la muerte de un compañero.

cuando los hombres comen con mama cuchara se confunden de su casa

No se debe coger piojo el día de la siembra de papas ya que es seguro que pega gusano a la papa.

No se debe desyerbar la tierra en luna tierna porque no produce.

Religión; en la comunidad existen dos clases de religiones la católica y el bautista.

Vestimenta tradicional del Hombre de la cultura Cañari

El traje respectivo del varón es el siguiente: pantalón hecho de lana de oveja y teñida. Las camisas se los mandan a bordar las mangas y el cuello con figuras de pavo real, guayacana y serpiente puesto que son símbolos importantes para ellos. Utilizan la (ozhota) es un zapato de caucho. Utilizan lo que es la cuzhma también es hecha de lana de oveja el chumbi o también llamado faja lo aprieta para que le de mucha fuerza.

El poncho da una cierta categoría a la persona que lo usa hay algunos tipos y para distintas ceremonias. El poncho amarrado unos de sus colores favoritos es el rojo se lo pone el compadre y el padrino en situaciones como Bautismo o Matrimonio. El poncho con rayas negras es para salir de compras.

En la actualidad las prendas han cambiado los jóvenes solo utilizan para presentar alguna danza o desfilan. Pero aún hay personas mayores que utilizan el cuzhma, poncho y chumbi.

Vestimenta tradicional de la Mujer Cañari

La vestimenta de la mujer cañari conforma una blusa bordada de algodón, huallcarina una especie de chalina pequeña que les cubre hasta los hombros. Usan como mínimo dos polleras, asimismo usan un tupo hecho de acero o plata con esto asegurar la huallcarina. Collares confeccionados de mullos de varios colores: azules, rojos, cafés, negros, verdes y dorados, zarcillos de oro o de plata se refiere a los aretes. Los bordados de las polleras son hechos a máquinas y las figuras son de flores de diferentes colores.

El mushico o también conocido como el sombrero de lana los adornarnos de la bolita le da un significado de poder y luchadora así mismo el concepto del hombre y la mujer. Cuando el sombrero está decorado con una cinta negra eso quiere decir que esa persona ya está comprometida por otro lado si lleva una decoración de cinta blanca es sin compromiso (Quintuña S. , 2019).

Gobernanza

Tabla 1.

Listado de personas que forman parte del Consejo de Gobierno de la Comunidad Caguanapamba

Cargo	Encargado
Presidente	Carmelo Caguana Yupa
Vicepresidente	Andrés Caguana Caguana
Secretario	Ángel Zhao Yupa
Tesorera	Mayra Mayancela
Secretaria de Justicia de Indígenas	Flor Dutan Yupa
Secretario de Recursos Naturales	Idelfonso Cazho
Turismo	Manuel Santiago Quintuña

Nota: Información proporcionada por el presidente de la comunidad Caguanapamba (Caguana C. , 2019).

Las instituciones como el Fondo Italiano Ecuatoriano para el desarrollo sostenible (FIDS), Programa de Naciones Unidas para el desarrollo (PNUD), Centro de Desarrollo e Investigación Rural (CEDIR) han invertido en turismo comunitario para iniciar con la casa de hospedaje y con los menajes, utensilios y equipos además de eso con capacitaciones a los comuneros para que puedan emprender y tener un trabajo rentable.

Tabla 2.

Lista de instituciones quienes ayudaron al Desarrollo Comunitario de la Comunidad.

Instituciones	Descripción		Tipo de ayuda
Fondo Italiano Ecuatoriano para el desarrollo sostenible (FIEDS)	El Fondo Ítalo Ecuatoriano para el Desarrollo Sostenible financia proyectos de desarrollo y/o acciones de reducción del riesgo de desastres acordados conjuntamente por ambos gobiernos.	\$45 mil dólares	Se construyó la posada comunitaria en el año 2009-2010 también se compró una parte de camas y colchones para el hospedaje (Quintuña S. , 2019)
Programa de Naciones Unidas para el desarrollo (PNUD)	El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) es la red mundial de la ONU para el desarrollo, que propugna el cambio y hace que los países tengan acceso al conocimiento, a la experiencia y a los recursos necesarios para ayudar	\$20 mil dólares	Con el dinero de las (PNUD) se compró equipamientos y menajes para el hospedaje así mismo para los utensilios de la cocina y la otra parte de las camas, colchones y veladores (Quintuña S. , 2019)
Centro de Desarrollo e Investigación Rural (CEDIR)	El objetivo general del programa es Mejorar la calidad de vida de las poblaciones de las subcuencas de los ríos San Antonio.	\$15 mil dólares	Capacitó a los comuneros para empiecen a realizar emprendimientos también se les dio capacitaciones del servicio al cliente (Quintuña S. , 2019)

Nota: Lista de Instituciones que ayudaron a Desarrollar el Turismo Comunitario en la Comunidad Caguanapamba, información proporcionado por (Quintuña S. , 2019).

Las instituciones de la siguiente tabla son nacionales como el Gobierno Provincial, (DAG) estas entidades apoyaron directamente a la comunidad para abrir caminos dentro de la comunidad, en construcciones y para mejorar la escuela así también el mantenimiento de los caminos. En caso de Petroecuador ayudó con la construcción de la casa comunal, sacar el nuevo sistema de agua potable y con algunos equipos.

Tabla 3.

Lista de Instituciones nacionales e internacionales

Institución	Nombre de la institución	Desde	Hasta	Actividades
Nacionales	Gobierno provincial	1990	2010	Apertura de caminos
	Gobierno de Tambo	2014	2019	Construcción de escuela Mantenimientos de los caminos
	Petroecuador	2015	2018	Sistema de agua potable Construcción de la casa comunal
Internacionales	(UE, CEDIR)	2005	2006	Promover el turismo comunitario Re iniciativa del turismo comunitario Capacitaciones a los comuneros

Comunidad receptora

El Cantón El Tambo tiene una superficie total de 64,93 Km², este cantón está formado por 13 comunidades.

Las cuales son: Sunicorral, Pillcopata, Cachi, Yutuloma, Molinohuayco, Coyoctor, Marco pamba, Cuchocorral, Romerillo, Absul, Jalupata, Chuichun y Caguanapamba. Sus límites son:

Norte: Juncal e Ingapirca.

Sur: Cañar.

Este: Parroquia Ingapirca.

Oeste: Parroquia de Juncal.

Tabla 4.

Comunidad Receptora

Población	4 364 hombres y 5 111 mujeres habitantes en total 9.475 en el Cantón El Tambo. Urbano: 49.32% Rural: 50.68% Mujeres:53.94% Hombres:45.95%
Indicadores Económicos	40.4% Ganadería y agricultura 11.3% Construcción 10.8% Comercio al por mayor y menor 8.5% Transporte y almacenamiento 7.1% industrias manufactureras 5.1% enseñanzas 4.5% administración pública y defensa 4.0% actividades de los hogares como los empleadores 1.8% actividades de la atención de la salud humano 1.6% actividades de alojamiento y servicio de comidas 4.7% otros

Nota: Datos del cantón el Tambo. Tomado de: Instituto Nacional de estadísticas y censo, 2010.

Según el Instituto nacional de estadísticas y censo (INEC), 2010:

El cantón el Tambo el número de habitantes en total son 9 475, y se distribuyen de la siguiente manera 4 364 hombres y 5 111 mujeres. En el área urbano representa el 49.32% y el área rural con un 50.68%. la población de mujeres representa el 53.94% y los hombres un 45.95%.

Los indicadores de la economía son los siguientes: 40.4% de la población se dedica a la ganadería y agricultura siendo el porcentaje más altos, el siguiente es el 11.3% se dedica a la construcción, y el 10.8% de los habitantes se dedican al comercio al por mayor y menor, el 8.5% se dedican al transporte y almacenamiento y el 7.1% industrias manufactureras y el 5.1% de la población se dedica a la enseñanzas y el 4.5% se dedica a la administración pública y defensa y el 4.0% se dedican a las actividades de los hogares como los empleadores, y el 1.8% de habitantes se dedica a actividades de la atención de la salud humano como en subcentro de salud que están dentro de las comunidades y en el centro de salud que se ubica en el centro del Cantón El Tambo. El 1.6% se dedica a las actividades de alojamiento y servicio de comidas y un 4.7% otros.

A ciertas familias de la comunidad les interesan la visita de los turistas ya que de esa manera ellos pueden intercambiar culturas, tradiciones y formas de vivir. Así mismo ven al turismo comunitario como un ingreso económico. Por otro lado, al resto de los comuneros no les importa mucho el turismo por falta de incentivo o por falta de educación puesto que un cierto porcentaje de ellos no han terminado la escuela. El desinterés se debe a que no conocen lo que el turismo comunitario puede ser una fuente de ingreso para ellos.

Atractivos

Huerto medicinal de la señora Fabiola

Ubicado a 10 minutos del centro de la comunidad de Caguanapamba. El huerto medicinal ocupa una extensión de 1000 metros cuadrados, dentro del sitio existen plantas del frio y calor algunas son especialmente para realizar limpias y otras para realizar infusiones.

Una de las bebidas típicas que se ofrece a los turistas es la horchata hecha por la Yachak (curandera) además las plantas medicinales más utilizadas por los

comuneros son: manzanilla, toronjil, borraja, santa María, poleo, matico, valeriana, sarcillo sisa, rosas, claveles, menta, cedrón, ortiga, flores de violeta eucalipto, hierbabuena, ruda, romero entre otras plantas.



Figura 1. Huerto medicinal de la señora Fabiola. Tomado de: De la comunidad red social Facebook de la página oficial de Kinti Samana, por F. Quintuña, 2019.

Taller artesanal de prendas cañaris de Segundo Chimborazo

Este atractivo está ubicado a 15 minutos del centro de la comunidad. En el lugar se observan las máquinas de coser, dos antiguas y una moderna. Antes las mujeres cañaris realizaban su vestimenta a base de la lana de oveja para protegerse del frío. El borde de las polleras lo realizaban en máquinas, en la misma plasmaban decoraciones en forma de manzanas, flores, culebras, esto significa que la mujer tiene un agradecimiento grande con la Pachamama o madre tierra; en el caso de la culebra por la historia ancestral que los cañaris son descendientes de la guacamaya y la culebra. Además, la decoran con lentejuelas para darle brillo y glamur. En la actualidad las mujeres de la comunidad utilizan diferentes tipos de telas con bordes más grandes y largos.



Figura 2. Fotografía del taller artesanal de prendas Cañaris de Segundo Chimborazo. Tomado de: de la comunidad red social Facebook de la página oficial de Kinti Samana. Por F. Quintuña, 2019.

Mirador Chigaqpamba

Este mirador está ubicado a 10 minutos del taller artesanal de prendas cañaris, desde este punto se puede observar la Provincia de Cañar y algunas poblaciones que lo rodean, también la flora y fauna de la comunidad, también un chaquiñán que significa un camino pequeño por donde los comuneros pasaban antes cuando no tenían caminos con lastre y en la actualidad una parte de los pobladores utilizan como un atajo.



Figura 3. Fotografía del mirador Chigaqpamba. Tomado de: de la comunidad red social Facebook de la página oficial de Kinti Samana. Por F. Quintuña, 2019.

Visita a la casa de Don Idelfonso Cazho

Este atractivo está ubicado en el sector de Cruz Loma, en el sitio se puede observar un criadero de conejos, cuy y gallinas, en caso de los conejos están clasificados por machos, hembras, los turistas se pueden acercar a darles de comer.

En el mismo lugar tienen plantas como romero, poleo y eucalipto para alejar las malas energías. Tienen un corral lleno de animales de granja. Así mismo se puede observar que el padre de familia se dedica a tejer cobijas que son hecha de lana de oveja en las máquinas llamadas telar, donde los turistas pueden ser parte de la fabricación de estas. Además, es una fuente de ingreso extra ya que vende las cobijas las cuales tienen un precio de \$60 dólares las finas y las gruesas entre \$80 y \$100 depende las figuras.



Figura 4. Fotografía en la casa de Don Idelfonso junto con su esposa y turistas. Tomado de: *de la comunidad red social Facebook de la página oficial de Kinti Samana.* Por F. Quintuña,2019.

Medicina Andina con Tayta Tobías Falcon

El evento lo realizan en la casa del comunero Santiago Quintuña el encargado de realizar las limpieas es el señor Tobías Falcon, quien los organiza en grupo donde procede a realizar baños o limpieas para eliminar malas energías, envidia y el susto donde utiliza algunas plantas como: el guan tuc, eucalipto tierno, puro, aceites y marco para que el ritual funcione deben tener fe en las plantas y en el shaman así mismo todos los participantes tienen que estar en silencio para que funcione. El servicio de limpieza por grupo cuesta \$25 dólares, individual el precio es de \$5.50.



Figura 5. Fotografía de la ceremonia con Tayta Tobías Falcon junto con los turistas. Tomado de: de la comunidad red social Facebook de la página oficial de Kinti Samana. Por F. Quintuña, 2019.

Noche cultural

El evento se realiza en la casa del comunero Santiago Quintuña, en la noche cultural los jóvenes y señoritas realizan una presentación donde los hombres tocan instrumentos como: el bombo, flauta, guitarra y el violín, con la melodía las señoritas danzan e invitan a participar a los turistas a participar de una danza tradicional como es el cunchunchi, esto se baila en matrimonios. Los turistas utilizan ropas tradicionales para bailar y participar y así se une otros comuneros para enseñarles más sobre sus tradiciones.



Figura 6. Fotografía de los jóvenes de la comunidad Caguanapamba participando en la noche cultural. Tomado de: de la comunidad red social Facebook de la página oficial de Kinti Samana. Por F. Quintuña, 2019.

Laguna Culebrillas

La laguna de Culebrillas se encuentra aproximadamente a 40 minutos de la comunidad Caguanapamba, tiene un clima frío de montaña, con gran cantidad de neblina y fuertes vientos, las temperaturas oscilan entre 6°C y a 15°C.

Según la Prefectura de Cañar “lo considera como una laguna sagrada, cuenta la leyenda que en ella entró y se escondió la culebra mítica de los cañaris. Los pobladores cuentan que dentro de la laguna se encuentra el oro la riqueza de Atahualpa (Cañar Cantón Intercultural, 2011).

De acuerdo a los datos del Instituto Oceanográfico de la Armada (INOCAR) “La laguna tiene 1350 metros de largo, 445 metros de ancho, la profundidad en la parte central es de 19.20 metros, y su espejo está a 3885 m.s.n.m. Estudios recientes a 20 metros del desagadero, se descubrió un andén de 4 metros de largo por 80 centímetros de ancho, vestigios arqueológicos incuestionables que nos habla de la presencia cañari en estas alturas” (Cañar Cantón Intercultural, 2011).

En el lugar se puede disfrutar realizando las siguientes actividades como son: camping, cabalgata, pesca deportiva, senderismo para ver Espíndola: En los alrededores de la laguna predomina el pajonal, la piedra andesita y gran diversidad de flores coloridas, pinos, chuquiraguas, retamas, flores silvestres.

Además, se puede disfrutar de avistamiento de fauna, aquí existen grandes especies como: son alpacas negras, marrones, grises, halcones, curiangues, cóndor, águilas, toros bravos, ratón de cola corta, ratón marsupial del sur son especies endémicas regionales.



Figura 7. Imagen de la sagrada Laguna de Culebrillas.

Cerro Yanahurco

También llamado Cerro Negro, se encuentra ubicado al lado izquierdo de Culebrillas, del Cantón y Provincia del Cañar. Se ubica a una altura de 4 400 m.s.n.m. Se caracteriza por tener singulares formaciones geológicas y una variedad de flora y fauna propia de los páramos andinos entre las que se encuentra especies vegetales como chuquirahua, orejas de conejo, ñachag, pique muro, sachá romero, valeriana verbena, cacho de venado, chocho silvestre, diente de león, tipo entre otros y especies faunística como mariposas, conejos, colibrí soldado, gavilanes, gaviota andina, colibrí de chuquirahua, curiquingue, lobo de páramo, lagartijas, raposos y más.



Figura 8. Imagen del Cerro Yanahurco. Tomado de: (Prefectura de Cañar, 2011)



Figura 10. Cerro Yanaurco.

Labrashcarrumi

Este atractivo está ubicado al pie del Cerro Yanahurco. En el sitio se puede observar piedras labradas en forma rectangular, de varios tamaños algunos son hasta de 3 metros de largo en el lugar se puede observar pajonales andinos. se utilizaron las piedras de ahí para poder construir el Tambo real de Paredones.

“En la zona están diseminados grandes bloques labrados en andesita, de hasta más de tres metros de largo, por 70 cm de ancho y por 40 cm de espesor, es una cantera

cañari, en lo más alto de los páramos andinos del Nudo del Azuay” (Prefectura de Cañar, 2011).

Al pie de la laguna se encuentra una cantera de piedras desprendidas de unas rocas ubicadas a gran altura en el cerro llamado Yanaurco, Labrashcarrumi los comuneros anteriormente utilizan las piedras para lavar sus ropas y dejar secar al aire libre. El Labrashcarrumi ocupa 10 000 metros de terreno cerca del lugar se puede realizar camping.



Figura 9. Labrashcarrumi.



Figura 10. Atractivo Labrashcarrumi.

Tabla 5.

Atractivos Inventariados de la Comunidad Caguanapamba

Nombre				
Del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Huerto Medicinal de la señora Fabiola	Manifestaciones culturales	Realizaciones Técnicas y científicas	Centros de exhibición de flora y fauna	II
Taller Artesanal de prendas cañaris	Manifestaciones Culturales	Folklore	Artesanías y Artes	III
Mirador Chigaqpamba	Atractivo Natural	Montaña	Páramo	II
Casa de Idelfonso Cazho	Manifestaciones Culturales	Folklore	Artesanías y Artes	III
Noche Cultural	Manifestaciones Culturales	Folklore	Música y Danza	III
Medicina Andina con Tayta Tobías	Manifestaciones Culturales	Folklore	Medicina Ancestral	III
Falcon Cerro Yanaurco	Atractivo Natural	Montaña	Paramo Área	III
Labrashcarrumi	Manifestación cultural	Arquitectura	arqueológica	III
Laguna de Culebrillas	Atractivo Natural	Ambiente Lacustre	laguna	III

Nota: La siguiente información se realizó con la ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos.

Infraestructura

Vías de Acceso

La comunidad Caguanapamba está ubicada a cinco kilómetros de la cabecera cantonal y parroquial el Tambo, en bus el tiempo oscila de 10 a 15 minutos para llegar a la comunidad, en taxi ocho minutos. La vía principal para llegar a la comunidad es asfaltada, dentro de la comunidad los caminos son de lastre con la temporada de lluvia dificulta llegar. Además, existe señalética tanto vial como turística lo que ayuda a los turistas llegar a los lugares con facilidad. En cuanto al transporte público existe una compañía de taxis, además camionetas que se encargan del traslado desde El Tambo hasta la comunidad de Caguanapamba. Así también existe buses locales como son: Guay Cápac, Culebrillas, Ingatrans que cobran 0.35cvts desde el Tambo a la comunidad.

Comunicación

La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a 3.5 km, dentro de la comunidad existe señal de servicio telefónico celular las operadoras como son claro y movistar, no existen cibercafés o establecimientos de uso público, no cuentan con una oficina de correos.

Sanidad

El 100% de la comunidad cuenta agua entubada, el agua se trata con cloro en la fuente de distribución, la fuente principal de abasto es una vertiente. No existe el sistema de alcantarillados en la comunidad. La comunidad elimina las excretas la mayoría de la población usa el pozo séptico. La población elimina la basura mediante el carro recolector que pasan los miércoles y jueves (Caguana C. , 2019).

La comunidad cuenta con un subcentro de salud hay para medicina general, odontología cuenta con una enfermera y también hay practicantes dentro del establecimiento.

Energía

En la comunidad existe el servicio de energía eléctrica. El 100% de la población cuenta con energía no existe gasolineras en la comunidad, la gasolinera más cercana está a 4 km (Quintuña S. , 2019).

Oferta de servicios

La comunidad cuenta con un hospedaje comunitario con una capacidad para 16 personas con habitaciones dobles, triples, cuádruples así también algunos miembros de la comuna también dan alojamiento para los turistas en total 19. Así mismo, cuenta con un restaurante donde preparan desayunos, almuerzo y cena.



Figura 11. Habitaciones que ofrecen la comunidad para los turistas. *Tomado de:* la red social Facebook de la cuenta oficial de la comunidad Caguanapamba.

Desayuno:

- ❖ Oca con leche.
- ❖ Te de horchata.
- ❖ Tortillas de maíz.
- ❖ Café, leche, té o agua aromática.
- ❖ Pan, humita
- ❖ Huevos
- ❖ Jugo Natural de fruta de temporada
- ❖ Fruta picada de temporada o ensalada de frutas.

Almuerzos y Cena

Primera opción: pampa mesa es una tradición ancestral, donde mezclan todos los productos que en la comunidad se cosecha como: Ocas, Melloco, Ají de pepa de sambo, Queso, Habas, Choclo, Mote sucio, pelado y con cáscara, Maíz Tostado Pollo, Carne de res, Cuy, Huevos runas, Mini Humitas, Chicha o agua aromática



Figura 12. Fotografía de cómo es la pampa mesa y los productos que conforman.
Tomado de: de la red social Facebook de la página oficial Caguanapamba.

Opciones de Sopas:

- ❖ Sopa de quinua con queso.
- ❖ Sopa de Arroz de cebada
- ❖ Crema de arveja
- ❖ Crema de nabo con papas con queso o tostado.



Figura 13. Imagen de un plato típico de la comunidad Caguanapamba sopa de arroz de cebada y nabo. *Tomado de:* de un documento de la comunidad de Caguanapamba.

Opciones de Plato Fuerte:

- ❖ Pollo a la naranja
- ❖ Pollo al horno
- ❖ Cuy asado

Opciones de Postre:

- ❖ Queso con miel.
- ❖ Helado.
- ❖ Ensalada de frutas.
- ❖ Dulce de oca con leche.

La comunidad cuenta con 4 guías nativos calificados por el Ministerio de Turismo, hablan el español y el quichua. Así también los turistas pueden participar en la convivencia familiar intercambiando tradiciones y cultura.

Capítulo III: Metodología de la Investigación de Mercado

Tipo de estudio

Se trata de un estudio descriptivo y de corte transversal.

Se realizó un estudio descriptivo, ya que se describe la importancia de implementar un Plan de Marketing para la comunidad de Caguanapamba, y es de corte transversal porque se realizó una recolección de información de datos en un tiempo determinado, los cuales sirven para un análisis descriptivo.

Enfoque del estudio.

El presente trabajo posee un enfoque mixto.

Enfoque Cuantitativo, ya que se podrá identificar las preferencias de una muestra de la población. Mediante los resultados se puede tomar decisiones exactas y efectivas que ayudarán al cumplimiento de los objetivos.

Enfoque Cualitativo, ya que se puede analizar la actitud de la comunidad frente al turismo.

Diseño de Investigación.

No experimental, porque se genera una propuesta para su futura ejecución.

Método de Investigación

Para el siguiente proyecto se utilizará el método deductivo puesto que, a través de la encuesta se conocerá el perfil de los visitantes y poder obtener un análisis de la información recogida y dar una conclusión adecuada.

Población

Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. (Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P., 2006)

Para el siguiente trabajo se considera a todos los turistas que ingresaron al Complejo Arqueológico Ingapirca en el año 2018, ya que este atractivo se encuentra ubicado en la Provincia de Cañar a tres kilómetros de distancia de la Comunidad de Caguanapamba. Es uno de los atractivos más populares y que recibe turistas extranjeros con el propósito de visitar algo diferente ya sea en cultura, tradiciones,

música y danza. Así mismo recibe visitantes nacionales de las principales ciudades que son: Quito, Cuenca y Guayaquil. El producto de turismo comunitario Caguanapamba se puede convertir en una alternativa complementaria para los turistas que viajan hasta Ingapirca.

Diseño Muestral

Se define como estrato a los subgrupos de unidades de análisis que difieren en las características que van a ser analizadas (Otzen, T. & Manterola, C., 2017)

Por medio del muestro aleatorio simple ya que se tomará en consideración a las personas que hayan realizado actividades relacionadas al turismo comunitario, además que hayan visitado el Complejo Arqueológico Ingapirca donde la probabilidad estará dada por los resultados que arrojen la cantidad de encuestas que indique la fórmula del cálculo de la muestra en poblaciones finitas.

La muestra de la investigación se obtuvo a través de la formula estadística para población finita utilizando un margen de error del 0.05%.

Muestra y Cálculo

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

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza.

e = Margen de error criterio.

Desarrollo

n =

N = 11200

σ = 0,5.

$$Z = 95\%$$

$$e = 5\%$$

$$n = \frac{11200 * 0,5^2 * 1,96^2}{0,05^2(11200 - 1) + 0,5^2 * 1,96^2}$$

$$n = \frac{11200 * 0,25 * 3.8416}{0,05^2(11200 - 1) + 0,5^2 * 1,96^2}$$

$$n = \frac{10.756,48}{0.0025(11199) + 0.25 * 3.8416}$$

$$n = \frac{10756,48}{27,99 + 0.9604}$$

$$n = \frac{10756,48}{28,9504} = 371,55$$

Herramienta de Investigación

Existen diferentes técnicas e instrumentos de investigación para obtener información, para el presente trabajo se obtendrá la información por medio de la encuesta, dirigida a personas que disfruten de realizar actividades de turismo comunitario.

La encuesta es un método de investigación basado en una serie de preguntas dirigidas a sujetos que constituyen una muestra representativa de una población con la finalidad de describir y/o relacionar características personales, permitiendo así generalizar las conclusiones. (Torrado, M., 2004)

Análisis de los resultados de la encuesta

Edad de la muestra

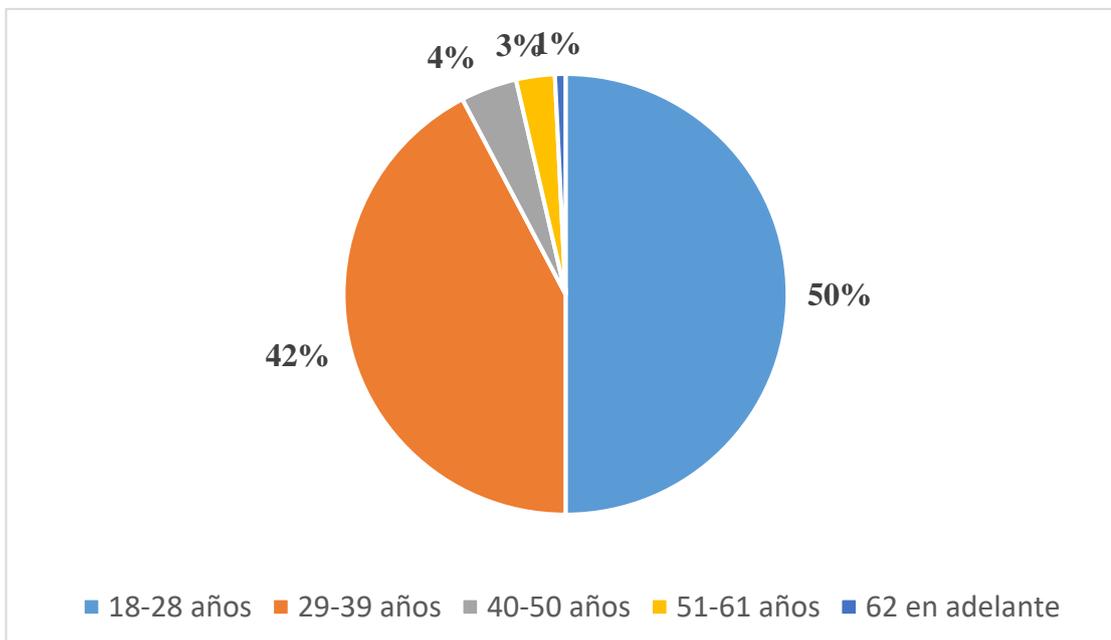


Figura 14. Edad de la muestra.

El 50% de personas encuestadas están en un rango de edad de 18 a 28 años mientras que el 42% tienen entre 29 a 39 años, demostrando así que la mayoría de las personas que han visitado el Complejo Arqueológico Ingapirca son entre adolescentes y adultos, quienes podrían disfrutar de los atractivos y servicios que tiene la Comunidad de Caguanapamba.

Motivo principal de su viaje a Ingapirca

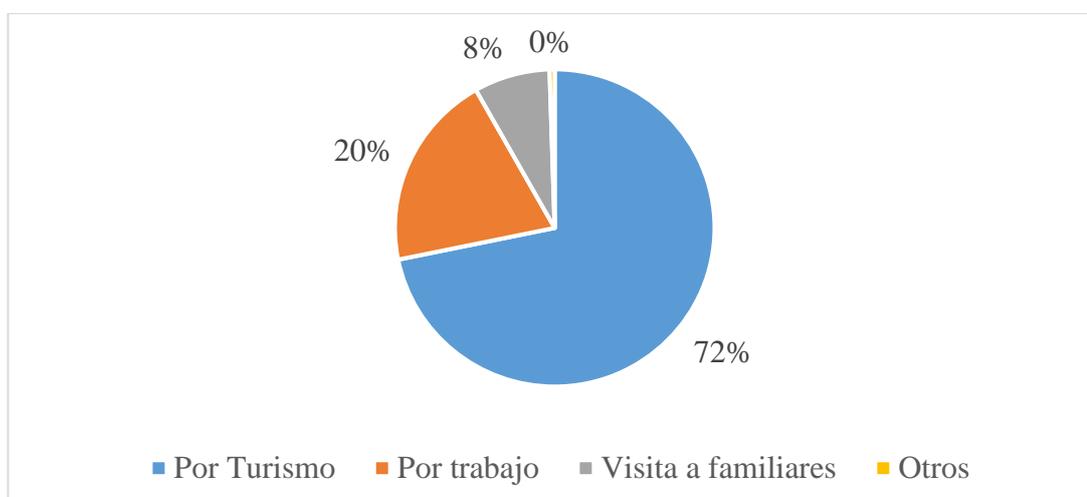


Figura 15. Porcentaje del Motivo principal del viaje a Ingapirca.

El 72% de las personas han visitado Ingapirca por motivos de ocio y recreación, ya sea por turismo o por disfrutar de un tiempo de descanso, mientras que el 20% ha realizado su viaje por motivo de visitar a familiares o amigos y el 8% restante han ido por motivos trabajo.

Personas con las que realizó su viaje

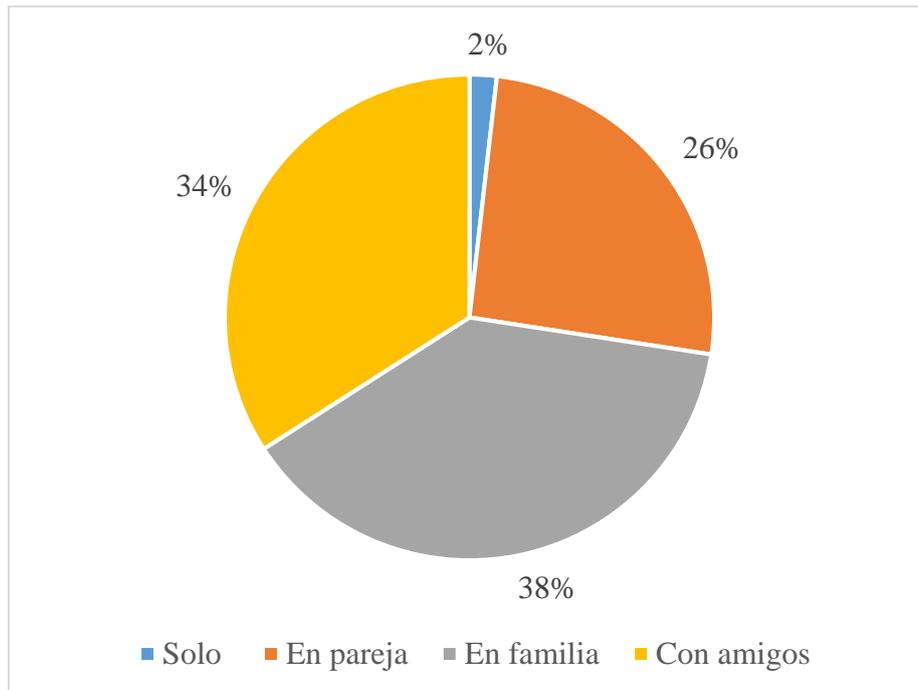


Figura 16. Porcentaje con quien realiza su viaje.

El 38% de los encuestados respondieron que viajaron con su familia ya que el atractivo les brinda un ambiente para poder disfrutar de la naturaleza y les permite realizar actividades familiares y un 34% con amigos ya que es un lugar para salir de la rutina.

Realización de actividades de turismo comunitario



Figura 17. Porcentaje de muestra de realizar turismo comunitario.

El 96% indicó que en ocasiones anteriores ha realizado actividades de turismo comunitario y solo un 4% mencionó que no habían tenido la oportunidad de realizar este tipo de turismo.

Precio por un paquete de turismo comunitario con alojamiento.

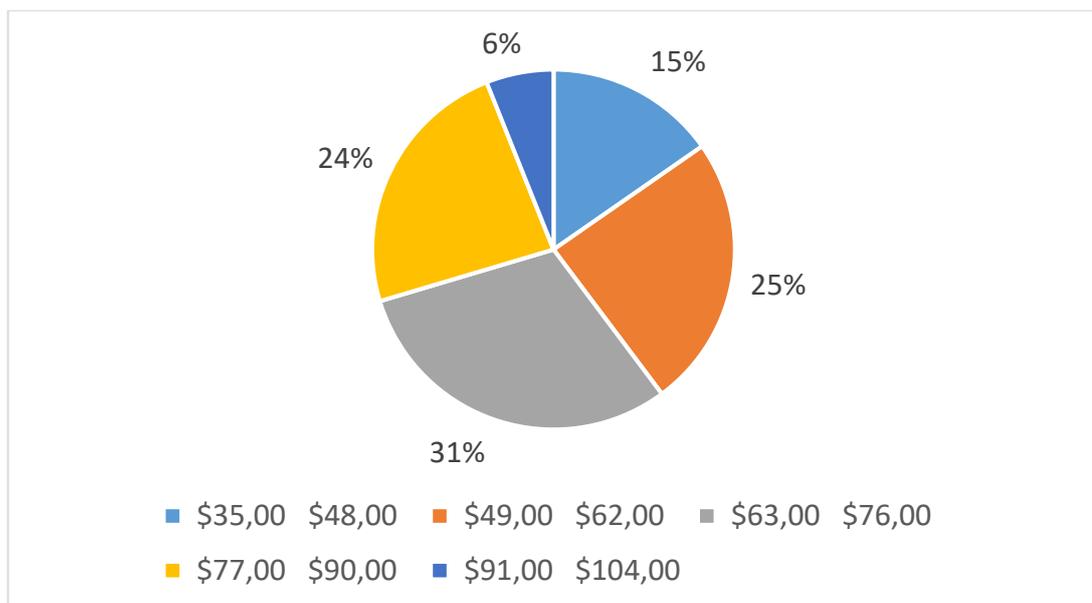


Figura 18. Porcentaje de precios con alojamiento.

De acuerdo con las encuestas realizadas el 31% de los encuestados están dispuestos a pagar entre \$63 y \$76 por un paquete de turismo comunitario con alojamiento, y el 25% están dispuestos a pagar entre \$49 y \$62 por el mismo paquete.

Precio por un paquete de turismo comunitario sin alojamiento

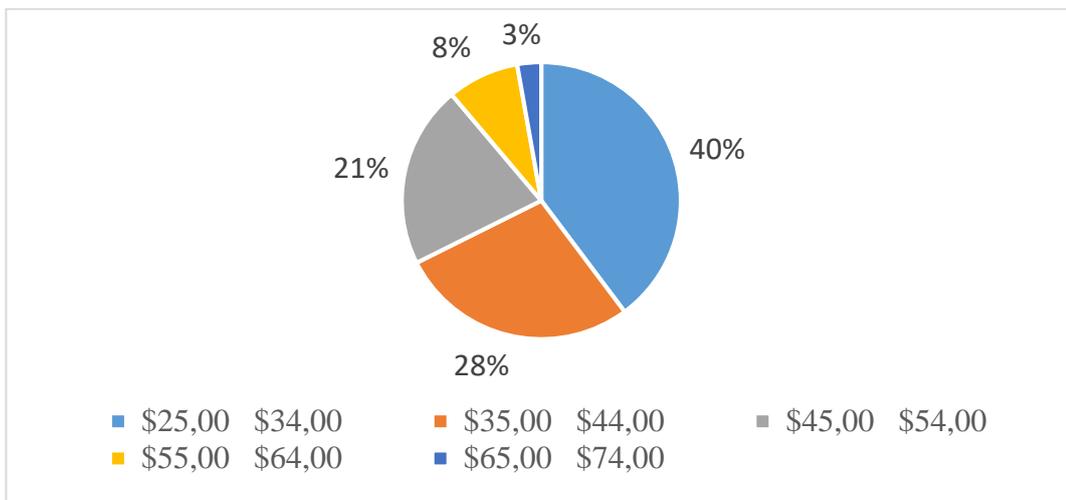


Figura 19. Porcentaje de precios sin alojamiento

Según la figura 15 el 40% de los encuestados están dispuestos a pagar entre \$25 y \$34 por un paquete de turismo comunitario sin alojamiento, por otro lado, el 28% de los encuestados están dispuestos a pagar entre \$35 y \$44 por el mismo paquete.

Actividades realizadas

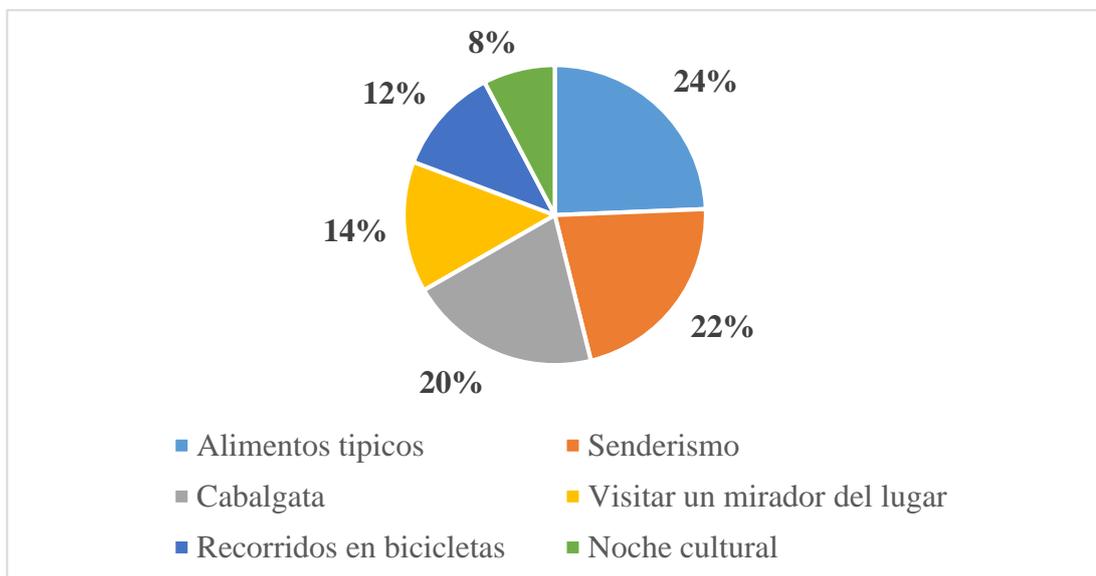


Figura 20. Porcentaje de las actividades que han realizado.

El 24% durante su estadía han degustado de los alimentos típicos del lugar que visitaron, en cambio un 22% de las personas encuestadas realizaron senderismo durante su visita y el 8% pudo disfrutar de una noche cultural en el sitio.

Análisis de los resultados

Gracias a los resultados obtenidos de la encuesta se pudo llegar a la conclusión que la mayor parte de las personas que disfrutan de realizar turismo comunitario se encuentran en un rango de edad en 18 y 28 años. Además, que el motivo principal de su viaje al Complejo Arqueológico Ingapirca es por ocio y recreación sus viajes lo realizan con su familia, el 98% de los encuestados han realizado el turismo Comunitario. El 31% están dispuesto a pagar por un paquete de turismo comunitario dentro de un rango de \$63 y \$76 con alojamiento de una noche por persona que incluye desayuno y cena. Y el 40% están dispuestos a pagar por el mismo paquete, pero sin alojamiento dentro de un rango de \$24 y \$34 por un full Day. De acuerdo con los encuestados durante su visita en un turismo Comunitario pudieron degustar de platos típicos, así también realizar actividades principales como senderismo, cabalgata, recorridos en bicicletas y disfrutar de una noche cultural.

Capítulo IV: Diseño del Plan de Marketing Turístico

Luego de culminar con el levantamiento de la información y con la utilización de las herramientas adecuadas para la recolección de datos importantes para desarrollar la investigación, se procede a realizar una propuesta de plan de marketing con la intención de incrementar la llegada de turistas a la comunidad, de manera ambientalmente responsable.

Para realizar la propuesta de plan de marketing se lo hará mediante los siguientes objetivos:

Objetivos

Objetivo general de la propuesta

Promover e incentivar la visita de los turistas de manera responsable mediante la promoción de los atractivos naturales y culturales que ofrece la comunidad de Caguanapamba donde sus habitantes también mejorarán su calidad de vida.

Objetivos específicos de la propuesta

1. Incrementar el nivel de reconocimiento de la comunidad.
2. Definir los medios de difusión para la promoción del producto turístico de la comunidad.
3. Definir los canales de comercialización para el producto de turismo comunitario Caguanapamba

Después de haber realizado el levantamiento de la información se ha realizado la propuesta de marketing en base a los resultados obtenidos mediante técnicas de investigación, teorías y visitas de campo, así como también conociendo las necesidades de la oferta y demanda para desarrollar las estrategias con la técnica del marketing mix.

Análisis FODA de la Comunidad Caguanapamba

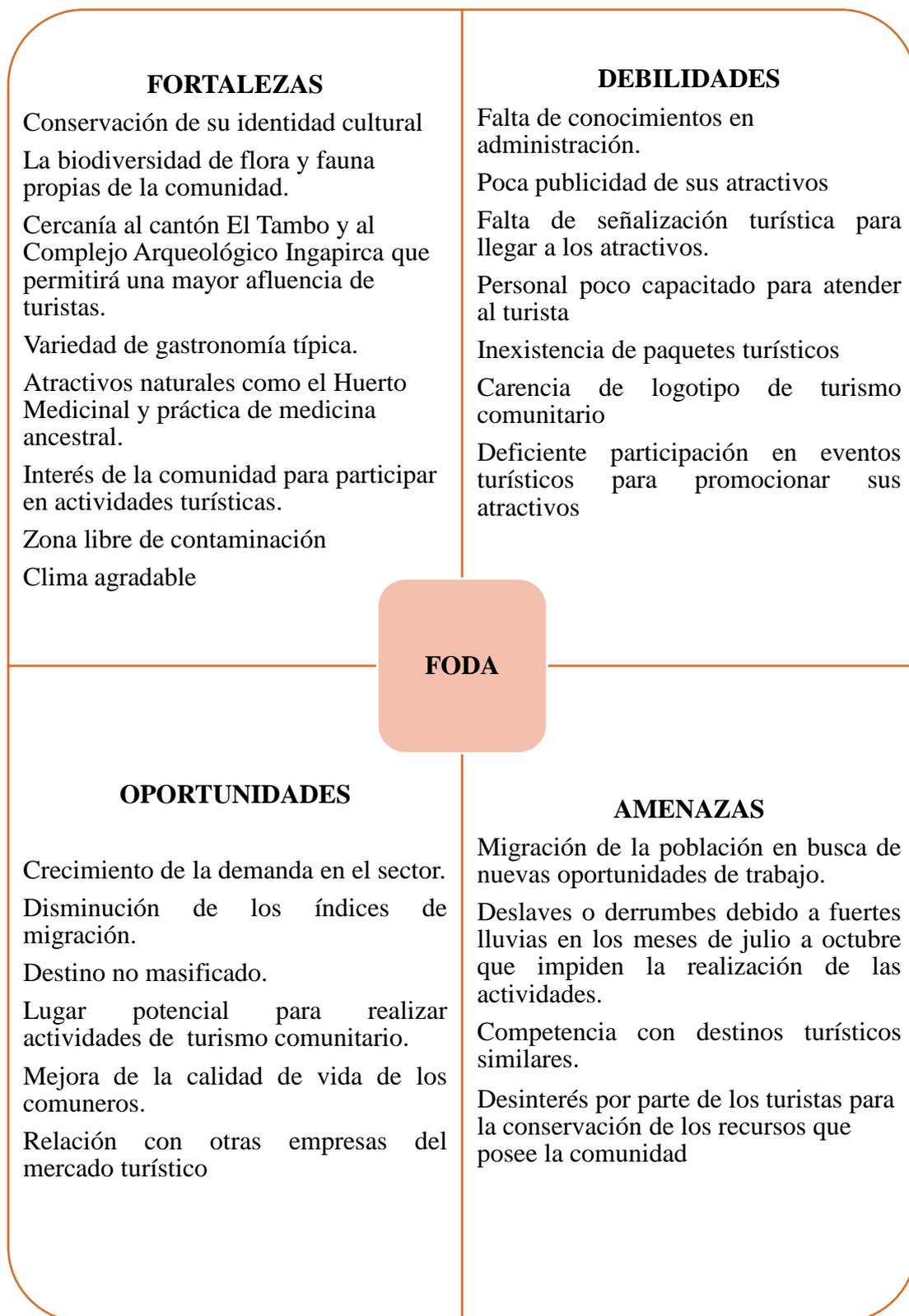


Figura 21. Análisis FODA de la Comunidad Caguanapamba

Necesidades de Intervención

Luego de haber realizado el diagnóstico de los lugares, se detectaron necesidades en donde es importante una intervención para la mejora del servicio que se desea ofertar.

Tabla 6.

Necesidades de Intervención

NECESIDADES DE INTERVENCIÓN
Facilidades Turísticas
❖ Implementación de señalética turística.
Accesibilidad
❖ Mejorar la ruta hacia el Huerto Medicinal, ya que se encuentra en mal estado esto hace que genera molestias en los turistas.
Promoción Turística
❖ Plan de difusión de la comunidad.
Formación y Capacitación
❖ Cursos de capacitación en servicio al cliente.
❖ Curso de capacitación de administración.

Es necesario implementar pictogramas a lo largo de la vía, en lugares visibles. Según el Manual de Señalética Turística indica que, al colocar una señal de aproximación o ejecutiva de destino sobre el lado derecho de la vía, no menos de 300 m., indicando la proximidad al sitio de interés turístico (Ministerio de Turismo, 2011).

Matriz de Marketing Mix

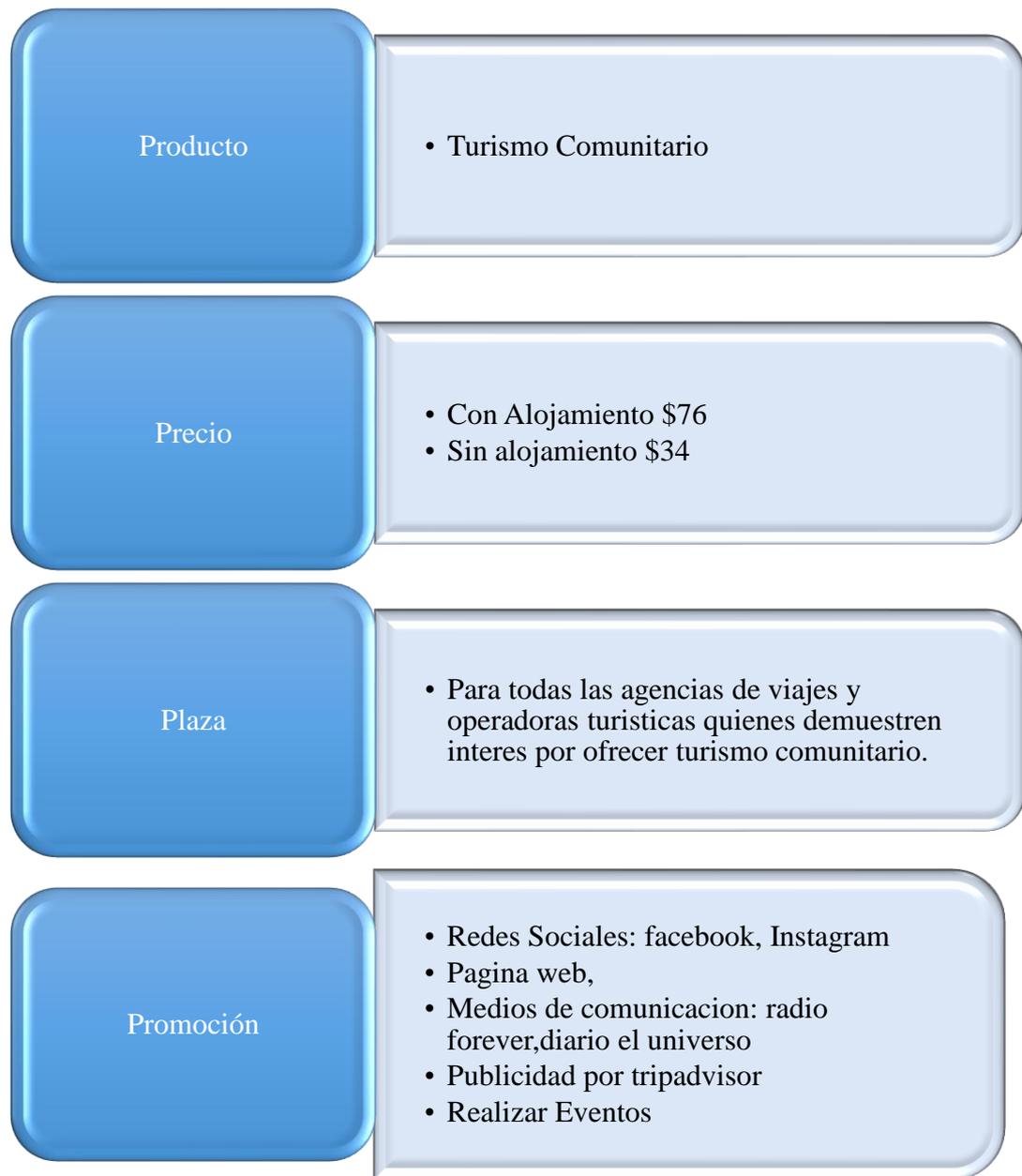


Figura 22. Matriz de Marketing Mix.

Producto

“Un producto es cualquier cosa que pueda ser ofrecida a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad, incluyendo bienes físicos, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, propiedades, organizaciones, información e ideas” (Kotler & Keller, 2012).

El recorrido dentro de la comunidad puede variar entre de cinco a siete horas, dependiendo del clima, estado físico de cada persona, predisposición de los visitantes

para realizar las diferentes actividades todo esto hace que el tiempo se prolongue o acorte, es importante utilizar la vestimenta como gorros, guantes, bufandas, abrigos adecuados para el clima frío que tiene la comunidad para evitar cualquier tipo de alergias o resfríos.

Implementos Necesarios

- ❖ Guantes
- ❖ Impermeables
- ❖ Botas
- ❖ Calzado adecuado
- ❖ Gorros
- ❖ Abrigos
- ❖ Ropa adecuada para el frío
- ❖ Cámaras
- ❖ Bufanda
- ❖ Repelente
- ❖ Protector solar

Itinerario con alojamiento

Día 1

Llegada a la Comunidad Caguanapamba.

Check in

Visita al Huerto Medicinal de la señora Fabiola.

Visita al Taller Artesanal de prendas cañaris de Segundo Chimborazo.

Almuerzo (Pampa mesa)

Visita al Mirador Chigaqpamba.

Visita a la casa de Don Idelfonsio Cazho.

Retorno al centro de la comunidad.

Actividad libre.

Cena

Practica de medicina andina con Tayta Falcon.

Noche cultural y presentación de danza por parte de los jóvenes de la comunidad.

Traslado a las habitaciones

Día 2

Desayuno

Salida a la Laguna de Culebrillas

Parada en Yana Allpa (tierra negra)

Visita al lugar Tambo Real de Paredones.

Visita a Labrashcarrumi

Almuerzo por parte de la comunidad

Visita al Cerro Yanaurco

Despedida y agradecimiento

Itinerario sin alojamiento:

Full Day

Llegada a la Comunidad Caguanapamba.

Introducción sobre la comunidad por parte del guía Local

Visita al Huerto Medicinal de la señora Fabiola.

Visita al Taller Artesanal de prendas cañaris de Segundo Chimborazo.

Almuerzo (Pampa mesa)

Visita al Mirador Chigaqpamba.

Visita a la casa de Don Idelfonso Cazho.

Retorno al centro de la comunidad.

Actividad libre.

Practica de medicina andina con Tayta Falcon.

Despedida y agradecimiento

Precio

La fijación de un precio es importante, ya que el turista realiza un análisis de su presupuesto y examina la relación precio-calidad por ello es necesario implementar las siguientes estrategias:

Precio de penetración: para el siguiente proyecto para ingresar al mercado, al inicio se dará un descuento del 15% del precio normal en este caso con alojamiento tendrá un precio de \$76 por persona y noche y el mismo paquete, pero sin alojamiento tendrá un precio de \$34 y para iniciar se promocionará con un valor de \$64,6 y sin alojamiento aplicando la misma promoción \$28,9 por persona adulta. Niños menores de 4 años no pagan por ninguno de los dos paquetes. En el caso de los niños de 5 años

en adelante por paquete con alojamiento el precio normal es de \$38 con la promoción \$32. Para el paquete sin alojamiento precio normal \$17 con la promoción \$14,45.

Plaza

La comunidad Caguanapamba quiere dar a conocer de una manera eficaz y rápida sus atractivos y actividades, es por eso por lo que se desarrollará estrategias que serán claves para captar al turismo de una forma sencilla.

Es de gran importancia que los lugares proporcionen servicios donde el turista tenga seguridad, higiene, accesibilidad, señalización. Para que de esta manera el turista recomiende a otras personas a que visiten la comunidad.

El paquete de turismo comunitario de Caguanapamba estará dispuesto para todas las operadoras de turismo y agencias de viajes quienes deseen ofrecer a la cartelera de sus clientes.

Se invitará a los representantes de las siguientes agencias de viajes: Igo Ecuador, Explore it, Meet Ecuador, Mega turismo, OLE Expeditions, SG Tour Experience, Nextour Travel Agency y Castro tour, Viaje Max, Ecuador Expeditions, Metropolitan Tour, Solcaribe y Citetour. Se realizará un tour dentro de la comunidad con los representantes y así dar a conocer el producto turístico del turismo comunitario que ofrece Caguanapamba. Y de acuerdo con su experiencia las agencias de viajes puedan promocionar dentro de sus productos de turismo comunitario.

Promoción

Para captar al turista de una forma rápida, la promoción tiene que ser el componente principal, donde se necesitará el apoyo del Gobierno Autónomo Municipal para que desarrolle una promoción eficaz, clara y atractiva.

Las redes sociales se han convertido en una fuerza importante tanto en el marketing negocio a consumidor como en el marketing entre empresas (Kotler & Keller, 2012).

Al ser un producto nuevo, es necesario promocionarlo a través de redes sociales populares tales como Facebook, Instagram, YouTube y Twitter además es importante crear una página web dónde se detalle la información de los atractivos, donde se pueda realizar reservaciones.

Además, es importante promocionar el producto por medios de comunicación como radio y periódico. Así mismo realizar eventos para dar a conocer los servicios que ofrece la comunidad.

Logotipo de la Comunidad Caguanapamba



Figura 23. Logotipo de la comunidad Caguanapamba

El logo de la comunidad Caguanapamba fue creado con el objetivo de crear un posicionamiento del destino en el producto turismo comunitario, por lo que se incluyó la imagen de las montañas que hacen referencia del camino hacia la comunidad, con letras de color verde que representan a la naturaleza. Además, el lema “Lugar de Paz” que en quechua significa Kuya Llakta.

Tabla 7.

Significado de los colores del logotipo

Color	Significado
Verde	Representa la naturaleza y la tranquilidad del campo su belleza. Es color relajante y refrescante, representa la vida y la fertilidad.
Café	Es un color que representa a la tierra, en la madera y en la piedra, un color cálido y que puede estimular el apetito en las personas.
Morado	Es un color que representa a la realeza, sugiere riqueza y extravagancia.

Fijación de estrategias

Estrategias de producto

Tabla 8.

Estrategia 1. Mejorar la implementación de Facilidades

Descripción	Responsable	Presupuesto
Acción: Comprar materiales para arreglar la casa de hospedaje.		
Comprar pinturas, lijas, brochas rodillo de pintura, espátula, barniz, escalera, lona plástica, cinta crepe	La Comunidad	\$2 500
Acción: poner señalización de turismo dentro de la comunidad.		
Mandar a realizar las señaléticas Turísticas de acuerdo con los atractivos naturales.	La comunidad	\$1 000
Acción: capacitación de administrador de restaurantes con certificación		
Aprender finanzas básico, de Como gestionar su propio Restaurante.	Ministerio de Turismo	\$50
Acción: capacitación de técnicas de guía y animación de grupos.		
Desarrollar habilidades comunicacionales Con los turistas, que permitan la aplicación adecuada de Técnicas y manejo de grupo.	Ministerio de Turismo	\$50

Estrategia de comercialización

Tabla 9.

Estrategia 1. Nuevos canales de comercialización

Descripción	Responsable	Presupuesto
Acción: realizar viajes de familiarización con representantes de las operadoras de turismo		
Realizar viajes con representantes de las operadoras hacia los destinos y de esta manera puedan conocer los servicios que ofrece la comunidad con el fin de realizar alianzas estratégicas.	Ministerio de turismo	\$200

Tabla 10.

Estrategia 2. Promoción del turismo Comunitario

Descripción	Responsable	Presupuesto
Acción: Publicidad en medios de comunicación		
Promoción en la radio Forever	La comunidad	\$560
Publicación en el Universo	GAD del Cantón El Tambo	\$1800
Acción: Publicidad BTL		
Creación y Gestión de las redes sociales para promocionar el turismo comunitario	La comunidad	\$90
Diseño de una página web donde se puedan realizar reservaciones, ver información de los atractivos.	La comunidad	\$850

Tabla 11.

Estrategia 3. Implementación de la imagen

Descripción	Responsable	Presupuesto
Acción: posicionamiento de la marca del turismo comunitario de Caguapamba		
Implementar la marca para el turismo comunitario en Caguapamba en camisetas, termos, lápices, chalecos de los guías.	La GAD del cantón el Tambo	\$4500
Acción: creación de cuadernos con la marca		
En ferias se repartirá cuadernos con la marca del turismo comunitario en eventos.	La comunidad	\$1000

Estrategia de precio

Tabla 12.

Estrategia 1. Descuento en tarifas

Descripción	Responsable	Presupuesto
Acción: Tarifas especiales en transporte para grupos.		
Una tarifa especial en transporte para grupos grandes, familias cuando se inicie el proyecto.	Ministerio de turismo	\$500

Tabla 13.

Costo total del proyecto

Descripción de las acciones	Valor
Comprar materiales para arreglar la casa de hospedaje.	\$2500
Poner señalización de turismo dentro de la comunidad.	\$1000
Capacitación de administrador de restaurantes con certificación.	\$50
Capacitación de técnicas de guía y animación de grupos	\$50
Realizar viajes de familiarización con representantes de las empresas.	\$200
Publicidad en medios de comunicación	\$2360
Publicidad BTL	\$940
posicionamiento de la marca del turismo comunitario de Caguapamba	\$4500
Creación de cuadernos con la marca	\$1000
Tarifas especiales en transporte para grupos	\$500
Total	\$13100

Tabla 15. Cronograma de Acciones

Estrategias	Acciones	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Estrategias de producto	Comprar materiales para arreglar la casa de hospedaje.	x	x	x									
	poner señalización de turismo dentro de la comunidad.				x								
	capacitación de administrador de restaurantes con certificación.					x							
Estrategias de comercialización	Realizar viajes de familiarización con representantes de las empresas.						x						
	Publicidad en medios de comunicación						x						
	Publicidad BTL						x						
	posicionamiento de la marca del turismo comunitario de Caguapamba							x					
	Creación de cuadernos con la marca										x		
Estrategias de precio	Tarifas especiales en transporte para grupos.											x	

Nota: Estrategias y las actividades a realizarse cada mes.

CONCLUSIONES

El plan de marketing que se desarrolló se pudo realizar gracias a las herramientas que se utilizaron como la encuesta, salida de campo a la comunidad y las diferentes investigaciones a través de páginas web.

Después de haber desarrollado detalladamente cada capítulo del presente proyecto se ha llegado a la conclusión que la Comunidad Caguanapamba tiene un alto potencial para ofrecer el producto turismo comunitario, pero no cuenta con un presupuesto necesario para desarrollarse como tal, para ello se ha tomado en cuenta las siguientes observaciones:

La implementación de ciertas facilidades, las mismas que serán financiadas por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón el Tambo, quien desde el principio manifestó su predisposición para el desarrollo turístico de la comunidad.

Capacitación a los comuneros, para que puedan administrar y aprovechar sus recursos, además para que puedan brindar un servicio de calidad a los turistas.

Difusión a la comunidad por diferentes medios de comunicación, además establecer relación con las diferentes agencias de viajes del país.

RECOMENDACIONES

Habiendo finalizado este proyecto de titulación se realizan las siguientes recomendaciones al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón El Tambo y al comité de la comunidad, quienes son los principales encargados de las mejoras que se realizarán en la comunidad Caguanapamba:

Llevar un mejor manejo de los recursos naturales y culturales con los que cuenta la comunidad Caguanapamba para de esta manera poder diversificar la oferta.

La información de los atractivos deberá ser traducida al inglés, para una mejor comprensión del turista extranjero.

Implementar programas de capacitación para los habitantes de la comunidad Caguanapamba, para que puedan brindar un buen servicio para los turistas.

El GAD debería apoyar a los emprendimientos en la comunidad así puedan generar un ingreso extra todos.

Para potenciar el turismo comunitario en Caguanapamba en temporada baja, promocionarlo como destino para empresas, colegios, y universidades.

La comunidad Caguanapamba debe pasar a funcionar como un Centro de Turismo Comunitario.

GLOSARIO

Inti Raimy: fiesta en honor al sol que se realiza en el complejo arqueológico de Ingapirca.

Killa Raimy: fiesta que se realiza en el Complejo arqueológico de Coyoctor y es en honor a la luna.

Pawkar Raimy: fiesta del carnaval en honor a la tierra por los productos que brinda la (Pachamama) o también llamado madre tierra.

Turismo comunitario: El turismo comunitario permite a los habitantes convertirse en guías turísticos y prestar servicios a los visitantes que reciben así mismo, las comunidades comparten sus hogares con los turistas y permiten conocer a fondo sus costumbres, su diario vivir y sus conocimientos ancestrales.

Estrategia: una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados.

Comercialización: es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos por los respectivos canales de distribución.

FODA: es una herramienta de estudio para conocer la fortaleza, oportunidades, amenazas y debilidades de la situación de una empresa, institución, proyecto o persona, analizando sus características internas y su situación externa.

REFERENCIAS

- AECACS. (2012). *Promover el desarrollo sostenible del Gran Caribe*. Obtenido de Promover el desarrollo Sostenible del Gran Caribe: <http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario>
- American Marketing Association. (julio de 2017). *Definiciones de marketing*. Obtenido de <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Arjona, C. L. (2009). En C. L. Arjona, *MARKETING Y GESTIÓN DE CALIDAD TURÍSTICA*. Madrid: Liber Factory.
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2007). *Fundamentos del Marketing* (13 ed.). Mexico: Pearson Educacion SA.
- Arriaga, L., Alavos, M., & De la Torre, M. (2012). Marketing Mix: La Fortaleza De Las Grandes Empresas. *Contribuciones a la Economía*, 5.
- Bilancio, G. (2008). *Marketing. Las ideas, el conocimiento y la acción*. Pearson .
- Caguana, C. (4 de noviembre de 2019). Antecedentes de como Inicio el Turismo en Caguanapamba. (G. Beatriz, Entrevistador)
- Caguana, F. (8 de 11 de 2019). antecedentes del turismo comunitario. (B. Guaman, Entrevistador)
- Cañar Cantón Intercultural. (2011). *Costruimos desarrollo*. Recuperado el 17 de diciembre de 2019, de <http://www.canar.gob.ec/gadcanar/index.php/2-uncategorised/37lagunaculebrillas>
- Carmen, M. P. (2016). *Marketing turístico 2.ª edición*. Madrid: Nobel.
- Comisión de Legislación y codificación . (17 de marzo de 2004). *Codificación de la Ley de Organización y Régimen de las Comunas*. Obtenido de Codificación de la Ley de Organización y Régimen de las Comunas: <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6614.pdf>
- Comuna Caguanapamaba. (19 de julio de 1999). Plan estrategico de desarrollo sustentable comunal. Tambo, Cañar, Ecuador: Unión Provincial de Cooperativas y Comunas del Cañar.
- El Tiempo. (05 de diciembre de 2011). Turismo rural en Caguanapamba. *El Tiempo*.
- Ernesto, B. (2006). *Turismo Rural*. Obtenido de Un negocio para el desarrollo de los territorios rurales.
- FECD. (2011). *La Ruta Amazonía*. Quito. Obtenido de <http://www.fecd.org.ec/images/download/amazonia.pdf>
- Folke Kafka. (1997). *TEORIA ECONOMICA*. Lima, Peru. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/84613092.pdf>

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (Cuarta Edición ed.). Iztapalapa: ATLAS. doi:970-10-5753-8
- Inec . (2010). *Censo de Poblacion y Vivienda*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0305_EL%20TAMBO_CA%C3%91AR.pdf
- Kotler & Keller. (2012). *Dirección del Marketing* (Décimocuarta ed.). Mexico: Pearson. doi:978-607-32-1250-2
- La Comunidad Caguanapamba. (2020). Plan Estrategico de Desarrollo Sustentable Comunal . El Tambo, Cañar, Ecuador .
- La Hora. (28 de agosto de 2015). *La Hora Noticias*. Obtenido de La Hora Noticias: <https://lahora.com.ec/noticia/1101857498/los-caaris-tienen-su-identidad-en-su-trabajo-y-vestimenta>
- Marmol, P. O. (2016). *Marketing turistico*. Madrid: nobel .
- Marmol, P., & Ojeda, C. (2016). *Marketing Turistico*. Madrid: Nobel.
- Ministerio de Turismo. (25 de FEBRERO de 2010). REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURISTICOS. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Ministerio de Turismo. (2011). *Manual de Señalización Turística*.
- Ministerio del Ambiente. (31 de diciembre de 2014). *INFORME DE GESTIÓN INSTITUCIONAL 2014*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/Informe-General-MAE-Ca%C3%B1ar-2014.pdf>
- Ministerio del Ambiente. (2015). *Sistema Nacional de areas protegidas*. Obtenido de Sistema Nacional de areas protegidas: <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/content/turismo-sostenible>
- Negotium. (26 de septiembre de 2013). MOTIVATIONAL THEORIES FROM THE PERSPECTIVE. 9(26), 7. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/782/78228464001.pdf>
- Organizacion Mundial de Turismo . (2008). *Glosario de Terminos de Turismo*. Obtenido de Glosario de Terminos de Turismo: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Otzen, T. & Manterola, C. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*.
- Prefectura de Cañar. (2011). *GOBIERNO PROVINCIAL DEL CAÑAR*. Recuperado el 17 de diciembre de 2019, de GOBIERNO PROVINCIAL DEL CAÑAR: http://www.gobiernodelcanar.gob.ec/public_html/paginas/laguna-de-culebrillas.79
- PromPerú. (julio de 2015). *Guía de plan de marketing de turismo interno*. Obtenido de <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Gu%C3%ADa%20de%20plan%20de%20marketing%20de%20turismo%20interno&url=~/Uplo>

ads/trade_market/guias_marketing/1005/Plan_de_mkt_turismo_interno.pdf&nom
bObjeto=Gu%C3%ADas%20de%20Plan%20de%20Mar

Quintuña, F. (9 de mayo de 2019). *Fotografías de los Atractivos Turísticos de la comunidad Caguanapamba*. Obtenido de https://web.facebook.com/pg/kintisamana/photos/?tab=album&album_id=3200823586598184&ref=page_internal

Quintuña, S. (24 de 11 de 2019). Datos financieros de la comunidad Caguanapamba. (B. Guaman, Entrevistador)

Ramirez, A., Sanchez, J., & Garcia, A. (2003). *El Desarrollo Sustentable*. Mexico.

Ricarte, C. (2009). *MANUAL PARA EL DIAGNOSTICO TURISTICO LOCAL*.

Sanchez, A. (29 de abril de 2015). *Especialista Marketing Digital*. Obtenido de Especialista Marketing Digital: <https://adriansanchez.es/como-realizar-un-buen-plan-de-marketing-analisis-y-diagnostico/>

Sancho, A. (s.f). *Introducción al Turismo*. Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

Santana C. & Atencia M. (febrero de 2014). *TURISMO COMUNITARIO*. Obtenido de <http://resonverba.ecotec.edu.ec/edicionespecial/TURISMO%20COMUNITARIO.pdf>

Sergueyevna, N., Mosher, V., & Elmer, L. (2013). MOTIVATIONAL THEORIES FROM THE PERSPECTIVE. 7.

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Mexico.

Torrado, M. (2004). *ESTUDIO DE ENCUESTA*. Barcelona. Obtenido de http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/19822/1/Estudio_de_encuesta_Capitulo.pdf

Vilches. (2014). *Por un Futuro Sostenible*. Obtenido de <https://www.oei.es/historico/decada/accion.php?accion=10>

World Tourism Organization. (2019). *Tourism Definitions*. Madrid, Spain: Encicrística.

APÉNDICES

Apéndice A. Encuesta

1. Edad

- 18-28 años
- 29-39 años
- 40-50 años
- 51-61 años
- 62 en adelante

2. ¿Cuál es el motivo principal de su viaje a Ingapirca?

- Por turismo
- Por trabajo
- Visita a familiares
- Otros

3. ¿Con quién realiza su viaje?

- Solo
- En pareja
- En familia
- Con amigos

4. ¿Ha realizado actividades de turismo comunitario anteriormente?

- Si
- No

5. ¿Qué actividades ha disfrutado de la experiencia del turismo Comunitario?

- Alimentos típicos
- Senderismo
- Avistamiento de flora y fauna
- Cabalgata
- Visitar un mirador del lugar
- Recorridos en bicicletas
- Noche cultural

6. Cuanto estaría dispuesto a pagar

Sin alojamiento

Con alojamiento

7. ¿Qué facilidades quisiera encontrar seleccione las 3 preferidas?

- Alojamiento comunitario
- Comedores comunitarios
- Presentación de danza y música
- Prácticas de medicina ancestral
- Producción artesanal
- Huertos medicinales
- Transporte para el recorrido
- Convivencia familiar

Apéndice B. Fichas del sistema turístico

FICHA 1

CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES

1. DATOS GENERALES

1.1 Ubicación de la comunidad

NOMBRE DE PROVINCIA

NOMBRE DE CANTÓN

NOMBRE DE PARROQUIA

NOMBRE DE COMUNIDAD

1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano.
(Esta información la puede encontrar en la página Web del INEC)

Fuente _____

2. OFERTA DE SERVICIOS

2.1 Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alojamiento, sírvase llenar el Apéndice No. 1).

1. HOTELES	#	5. MOTELS	#
2. HOSTERIAS	<input type="text"/>	6. HOSPEDERIAS COMUNITARIAS	<input type="text"/>
3. HOSTALES	<input type="text"/>	7. CAMPING	<input type="text"/>
4. PENSIONES	<input type="text"/>	8. OTRO _____	<input type="text"/>

2.2 Alimentación

Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alimentación, sírvase llenar el Apéndice No. 2).

1. RESTAURANTES	#	4. BARES	#
2. CAFETERIAS	<input type="text"/>	5. CANTINAS	<input type="text"/>
3. FUENTES DE SODA	<input type="text"/>	6. KIOSKOS DE COMIDA	<input type="text"/>
		7. OTROS _____	<input type="text"/>

2.3 Esparcimiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de esparcimiento existentes en la comunidad.

1. DISCOTECAS	#	3. INSTALACIONES DEPORTIVAS	#
2. CINES/ TEATROS	<input type="text"/>	4. SINGOS	<input type="text"/>
		5. OTROS	<input type="text"/>

2.4 Otros servicios

Identifique el tipo y número de establecimientos de otros servicios existentes en la comunidad.

1. AGENCIAS DE VIAJE	#	4. GUÍAS DE TURISMO	#
2. OPERADORAS	<input type="text"/>	5. BANCOS	<input type="text"/>
3. INFORMACIÓN AL TURISTA	<input type="text"/>	6. CAJEROS AUTOMÁTICOS	<input type="text"/>
		7. OTROS	<input type="text"/>

3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

3.1. Distancias

Identifique las distancias que hay desde el punto de partida (centro turístico más cercano o ciudad principal) hasta la parroquia, así como el tiempo de recorrido y medio de transporte.

Distancia a la cabecera parroquial (Km): _____
 Distancia a la cabecera cantonal (km): _____

	1	2	3	4	5	6	7	8
Bus								
Camioneta								
Lancha								
Canoa								
Avión								
Avioneta								
Bestia								
Cominando								

3.2. Principales vías de acceso a la comunidad:

1. PAVIMENTADA/ ASPALTADA	<input type="checkbox"/>	6. FLUVIAL	<input type="checkbox"/>
2. ADQUINADA	<input type="checkbox"/>	7. MARÍTIMA	<input type="checkbox"/>
3. ENPEDRADA	<input type="checkbox"/>	8. AÉREA	<input type="checkbox"/>
4. LASTRADA	<input type="checkbox"/>	9. SENDERO	<input type="checkbox"/>
5. DE TIERRA (CARROGABLE)	<input type="checkbox"/>	10. OTRO_____	<input type="checkbox"/>

3.3. Para llegar a la comunidad (o dentro de ella) existe señalización:

a) VIAL

1. SI

2. NO

b) TURÍSTICA

1. SI

2. NO

3.4. En la comunidad se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

1. BUS	<input type="checkbox"/>	5. CANOA	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input type="checkbox"/>	6. AVIÓN	<input type="checkbox"/>
3. TAXIS	<input type="checkbox"/>	7. AVIONETA	<input type="checkbox"/>
4. LANCHAS	<input type="checkbox"/>	8. NINGUNO	<input type="checkbox"/>
		9. OTRO_____	<input type="checkbox"/>

3.5. En la comunidad existen las siguientes terminales o estaciones de transporte (puede marcar más de una opción):

1. BUS	<input type="checkbox"/>	5. MARÍTIMO	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input type="checkbox"/>	6. FLUVIAL	<input type="checkbox"/>
3. CAMIONES	<input type="checkbox"/>	7. LACUSTRE	<input type="checkbox"/>
4. TAXIS	<input type="checkbox"/>	8. AÉREO	<input type="checkbox"/>
		9. OTRO_____	<input type="checkbox"/>

3.6. Descripción del transporte público terrestre que presta servicio a la comunidad

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/ TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE (MARQUE CON UNA X)		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHÍCULO
		LOCAL	INTER-CANTONAL		

3.7. Si no existe medio de transporte público, señale la distancia a la que se puede abordar cualquier tipo de transporte motorizado _____ Km.

COMUNICACIONES

3.8. Existe servicio telefónico en la comunidad: Marque con una X

1. Sí
2. No

3.9. La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a _____ Kms.

3.10. Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.11. En la comunidad existen _____ cabinas de servicio telefónico para uso público.

3.12. En la comunidad existen _____ cibercafés o establecimientos de uso público de internet.

3.13. Existe oficina de correos en la comunidad:

1. Sí
2. No

SANIDAD

3.14. Existe red de agua entubada:

1. Sí % de la población con agua entubada _____
2. No

3.15. Se trata con cloro el agua en la fuente de distribución:

1. Sí
2. No

3.16. Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

- | | | | |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. RED PÚBLICA | <input type="checkbox"/> | 6. POZO | <input type="checkbox"/> |
| 2. FEA O LLAVE PÚBLICA | <input type="checkbox"/> | 7. RÍO, VERENTE, ACQUEUA | <input type="checkbox"/> |
| 3. OTRA FUENTE POR TUBERÍA | <input type="checkbox"/> | 8. AGUA LLUVIA | <input type="checkbox"/> |
| 4. CARRO REPARTIDOR | <input type="checkbox"/> | 9. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |
| 5. TRUCCO | <input type="checkbox"/> | | |

3.17. Existe sistema de alcantarillado en la comunidad: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. Sí % de la población con alcantarillado _____
 2. No

3.18. En dónde elimina las excretas la mayoría de la población: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. EXCUSADO Y ALCANTARILLADO
 2. LETRINA
 3. Aire libre, río, estero
 4. Pozo séptico
 5. Pozo ciego
 6. Otro _____

3.19. Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

1. CARRO RECOLECTOR
 2. Se quema
 3. Se entierra
 4. Otro _____

3.20. Existen establecimientos de salud en la comunidad:

1. Sí
 2. No

3.21. Instancias y/o establecimientos de salud que existen: Puede marcar más de una casilla si es necesario.

	Cuántos		Cuántos
1. PARTERAS CAPACITADAS	<input type="checkbox"/>	9. HOSPITAL PÚBLICO	<input type="checkbox"/>
2. PARTERAS NO CAPACITADAS	<input type="checkbox"/>	10. DISPENSARIO PÚBLICO	<input type="checkbox"/>
3. PROMOTORES DE SALUD	<input type="checkbox"/>	11. UNIDAD MÓVIL	<input type="checkbox"/>
4. CURANDERO TRADICIONAL	<input type="checkbox"/>	12. CONSULTORIO PRIVADO	<input type="checkbox"/>
5. SHAMAN	<input type="checkbox"/>	13. CLÍNICAS	<input type="checkbox"/>
6. BOTIQUIN COMUNITARIO	<input type="checkbox"/>	14. HOSPITAL PRIVADO	<input type="checkbox"/>
7. SUB-CENTRO DE SALUD	<input type="checkbox"/>	15. FARMACIA	<input type="checkbox"/>
8. CENTRO DE SALUD	<input type="checkbox"/>	16. OTRO	<input type="checkbox"/>

3.22. Si no hay establecimientos de salud en la comunidad.

1. A cuál establecimiento asisten para atender su salud _____
 2. Parroquia o cabecera cantonal a la cuál pertenece el establecimiento de salud _____
 3. Distancia del establecimiento al cuál asisten (Km). _____

3.17. Existe sistema de alcantarillado en la comunidad: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. SI % de la población con alcantarillado _____
 2. No

3.18. En dónde elimina las excretas la mayoría de la población: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. EXCUSADO Y ALCANTARILLADO
 2. LETRINA
 3. AIRE LIBRE, río, ESTERO
 4. POZO SÉPTICO
 5. POZO CIEGO
 6. OTRO _____

3.19. Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

1. CARRO RECOLECTOR
 2. Se QUEMA
 3. Se ENTIERRA
 4. OTRO _____

3.20. Existen establecimientos de salud en la comunidad:

1. SI
 2. No

3.21. Instancias y/o establecimientos de salud que existen: Puede marcar más de una casilla si es necesario.

	Cuántos		Cuántos
1. FARTERAS CAPACITADAS	<input type="checkbox"/>	9. HOSPITAL PÚBLICO	<input type="checkbox"/>
2. FARTERAS NO CAPACITADAS	<input type="checkbox"/>	10. DISPENSARIO PÚBLICO	<input type="checkbox"/>
3. PROMOTORES DE SALUD	<input type="checkbox"/>	11. UNIDAD MÓVIL	<input type="checkbox"/>
4. CURANDERO TRADICIONAL	<input type="checkbox"/>	12. CONSULTORIO PRIVADO	<input type="checkbox"/>
5. SHAMAN	<input type="checkbox"/>	13. CLÍNICAS	<input type="checkbox"/>
6. BOTIQUN COMUNITARIO	<input type="checkbox"/>	14. HOSPITAL PRIVADO	<input type="checkbox"/>
7. SUB-CENTRO DE SALUD	<input type="checkbox"/>	15. FARMACIA	<input type="checkbox"/>
8. CENTRO DE SALUD	<input type="checkbox"/>	16. OTRO	<input type="checkbox"/>

3.22. Si no hay establecimientos de salud en la comunidad.

1. A cuál establecimiento asisten para atender su salud _____
 2. Parroquia o cabecera cantonal a la cuál pertenece el establecimiento de salud _____
 3. Distancia del establecimiento al cuál asisten (Km). _____

4.3. Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad (marque con una x):

TIPO DE ORGANIZACIÓN	
1. JUNTA PARROQUIAL	<input type="checkbox"/>
2. COMITÉ DE BARRIO	<input type="checkbox"/>
3. DIRECTIVA COMUNITARIA	<input type="checkbox"/>
4. COMITÉ DE DESARROLLO	<input type="checkbox"/>
5. COOPERATIVAS	<input type="checkbox"/>
6. ORGANIZACIÓN DE MUJERES	<input type="checkbox"/>
7. COMITÉ DE PADRES DE FAMILIA	<input type="checkbox"/>
8. ORGANIZACIONES RELIGIOSAS	<input type="checkbox"/>
9. CLUBES	<input type="checkbox"/>
10. ASOCIACIONES DE TURISMO	<input type="checkbox"/>
11. OTRAS	<input type="checkbox"/>

5. COMUNIDAD RECEPTORA

5.1. A qué actividades económicas principales se dedica la población (Para contestar esta pregunta se puede consultar en el INEC. Llene las casillas con porcentajes):

1. AGRICULTURA, GANADERÍA, AVICULTURA, PESCA, GANADERÍA	<input type="checkbox"/>	6. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	<input type="checkbox"/>
2. EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	<input type="checkbox"/>	7. TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN	<input type="checkbox"/>
3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS 3.1. ARTESANÍAS	<input type="checkbox"/>	8. ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS	<input type="checkbox"/>
4. ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	<input type="checkbox"/>	9. COMERCIO	<input type="checkbox"/>
5. CONSTRUCCIÓN	<input type="checkbox"/>	10. TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES	<input type="checkbox"/>
		11. ACTIVIDADES NO ESPECIFICADAS	<input type="checkbox"/>

Fuente: _____

5.2. ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad? Nómbrelas.

1. _____
2. _____
3. _____

Fuente: _____

5.3. Tipo de empleo turístico (Sólo para comunidades que prestan servicios turísticos). Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ personas.

	Porcentaje%
1. EMPLEOS FORMALES EN TURISMO (PERSONAL CON CONTRATO VERBAL O ESCRITO, ESTABLECIMIENTOS CON DOCUMENTOS EN REGLA)	<input type="checkbox"/>
2. EMPLEOS INFORMALES EN TURISMO (VENDEDORES INFORMALES, PRESTADORES DE SERVICIOS SIN DOCUMENTOS EN REGLA O SIN PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO)	<input type="checkbox"/>

5.4. Tipo de actividad en la que participa la comunidad: puede marcar más de una si así fuere el caso.

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| 1. TRABAJO EN GRUPO | <input type="checkbox"/> |
| 2. MINGA | <input type="checkbox"/> |
| 3. ASAMBLEA COMUNITARIA | <input type="checkbox"/> |
| 4. OTRAS | <input type="checkbox"/> |

Comentarios:

5.5. Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con:

- | | | |
|------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | SI | NO |
| 1. MUNICIPIO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. GOBIERNO PROVINCIAL | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

5.6. Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

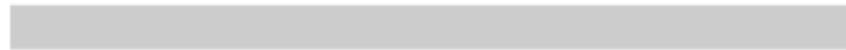
- | | |
|-------------------------------------|----------------------|
| | # de personas |
| 1. INGLÉS | <input type="text"/> |
| 2. CAPACIDAD O EXPERENCIA EN GUANZA | <input type="text"/> |
| 3. COCINA | <input type="text"/> |
| 4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN | <input type="text"/> |
| 5. OTRA _____ | <input type="text"/> |

5.7. Actitud de la comunidad hacia la actividad turística. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ personas.

- | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| | % relativo |
| 1. El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo (es considerado en planes, políticas, hay asociaciones de prestadores de servicios turísticos, etc.) | <input type="text"/> |
| 2. El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades) | <input type="text"/> |
| 3. Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (La comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan) | <input type="text"/> |
| 4. Rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística en la comunidad (La comunidad rechaza el desarrollo turístico, considera que es peligroso, no cree que solucione sus problemas económicos) | <input type="text"/> |

5.8. Problemas sociales que según el encuestador pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad. Se pueden identificar también necesidades de capacitación de acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta (5.6).
Comentarios:



Auxiliar de campo:

Fecha:

Apéndice C. Fichas de Jerarquización de atractivos.

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																		
Código del atractivo:	0	3	0	5	5	0	M	C	0	3	0	2	0	2	0	0	0	0
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo										
1. DATOS GENERALES																		
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																		
HUERTO DE LA SEÑORA FABIOLA																		
1.2 Categoría			1.3 Tipo			1.4 Subtipo												
MANIFESTACIONES CULTURALES			REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS			CENTROS DE EXHIBICIÓN DE FLORA Y FAUNA												
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																		
2.1 Provincia			2.2 Cantón			2.3 Parroquia												
CAÑAR			EL TAMBO			EL TAMBO												
2.4 Calle Principal			2.5 Número			2.6 Transversal												
AVENIDA ENBAPEICA			44-1			segundo												
2.7 Barrio, Sector o Comuna			2.8 Sitio poblado más cercano															
CAGUANAPAMBA			EL TAMBO															
2.9 Latitud (grados decimales)			2.10 Longitud (grados decimales)			2.11 Altura (msnm)												
2°31'26.9			78°56'56.3			3.100												
2.12 Inmerso en Espacio Turístico																		
SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																		
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																		
Observaciones:																		
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																		
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																		
3.1. Clima			3.2 Temperatura(°C)			3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)												
			8 Y 12°C															
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																		
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																		
4.1 Tipo de Ingreso (u)																		
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																		
4.1.1 Libre (continuar 4.1.4)																		
0																		
4.1.2 Restringido (continuar observaciones)																		
0																		
4.1.3 Pagado (continuar cupones)																		
0																		
4.1.3.1 Precio (tarifa mínima y máxima):																		
a. Desde \$					b. Hasta \$													
2					4													
4.1.3.2 Forma de Pago (m):																		
a. Efectivo <input checked="" type="checkbox"/> b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>																		
c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/> d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>																		
e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/> f. Cheque <input type="checkbox"/>																		
4.1.4 Horario:																		
a. Hora de Ingreso:					b. Hora de Salida:													
9:00					17:00													
4.1.5 Atención (u):																		
a. Todos los días <input type="checkbox"/> c. Fines de Semana y Feriados <input type="checkbox"/>																		
b. Sólo días hábiles <input type="checkbox"/> d. Otro: <input type="checkbox"/> Especifique: <input type="checkbox"/>																		
Observaciones:																		
4.2 Temporalidad (m)																		
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																		
a. Alta (meses)																		
Especifique: VACACIONES EN EL MES DE JUNIO, JULIO, AGOSTO																		
b. Baja (meses)																		
Especifique: MARZO, ABRIL, MAYO																		
Observaciones:																		
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (m):																		
SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																		
a. Rampas <input type="checkbox"/> b. Baterías Sanitarias adecuadas <input type="checkbox"/> c. Personal Calificado <input type="checkbox"/>																		
d. Sistema Braille <input type="checkbox"/> e. Otro <input type="checkbox"/> Especifique: <input type="checkbox"/>																		
Observaciones:																		
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																		
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																		
5.1 Acceso (m)																		
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																		
5.1.1 Terrestre (u)																		
a. Primer Orden <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/>																		
b. Segundo Orden <input type="checkbox"/> Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/>																		
c. Tercer Orden <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/>																		
5.1.2 Acuático (u)																		
a. Marítimo <input type="checkbox"/> Describir: <input type="checkbox"/>																		
b. Lacustre <input type="checkbox"/> Describir: <input type="checkbox"/>																		
c. Fluvial <input type="checkbox"/> Describir: <input type="checkbox"/>																		
5.1.3 Aéreo <input type="checkbox"/> Describir: <input type="checkbox"/>																		
Observaciones:																		

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO					SI	NO	S/I	
5.1 Acceso (m)					SI	NO	S/I	
5.1.1 Terrestre (u)					3			
a. Primer Orden					1	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input checked="" type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>
b. Segundo Orden					1	Bueno <input checked="" type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>
c. Tercer Orden					1	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input checked="" type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (u)								
a. Marítimo					0	Describir: <input type="checkbox"/>		
b. Lacustre					0	Describir: <input type="checkbox"/>		
c. Fluvial					0	Describir: <input type="checkbox"/>		
5.1.3 Aéreo					0	Describir: <input type="checkbox"/>		
Observaciones:								
5.2 Comunicación (m)					SI	NO	S/I	
5.2.1 Telefonía (m)					0			
a. Fija					<input type="checkbox"/>	b. Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	c. Satelital <input type="checkbox"/>	
5.2.2 Conexión a Internet (m)					0			
a. Línea Telefónica					<input type="checkbox"/>	b. Cable <input type="checkbox"/>	c. Satélite <input type="checkbox"/>	
d. Redes inalámbricas					<input type="checkbox"/>	e. LMSD <input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil <input type="checkbox"/>	
5.2.3 Radio Portátil (u)					0	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones:								
5.3 Señalización (m)					SI	NO	S/I	
a. Señalización de aproximación al sitio					2	Bueno <input checked="" type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>
b. Señalética en el sitio					0	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input checked="" type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>
Observaciones:								
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante					SI	NO	S/I	
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante:					EL CANTON EL TAMBO			
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:					3,5	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano: 15 MINUTOS horas/ minutos	
Observaciones:								
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (m)					SI	NO	S/I	
5.5.1 Tipo					5.5.2 Frecuencia			
					a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual
a. Bus					<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Busetas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Automóvil					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. 4x4					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Tren					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Barco					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Lancha / Canoa/ Bote					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Avión					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Avioneta					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Helicóptero					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. Otro					<input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="checkbox"/>		
Observaciones:								

8.2 Energía Eléctrica (M)	SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>	
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones:						
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)	SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red Pública	<input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:						
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)	SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Manejo de desechos (SR)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>	d. Quema de basura
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>	g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:
Observaciones:						
8.5 Salud (más cercano) (M)	SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica	0	b. Puesto / Centro de salud	2	c. Dispensario Médico	0	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y botiquín
Observaciones:						
8.6 Seguridad (M)	SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones:						
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):	SI	5	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):	SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
9.3. Nombre del Administrador:	ING. SANTIAGO QUINTUÑA					
9.4. Tipo de Administrador (U)						
a. Público	<input type="checkbox"/>	b. Privado	<input type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Otro
Especifique:						
9.5. Contacto						
a. Nombre:	b. Teléfono/Celular:					
c. Correo Electrónico:	d. Página WEB:					
Observaciones:						

10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1. ATRACTIVOS NATURALES (M)	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1.1 En el Agua (M)	SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>	
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>	
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>	
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: FOTOGRAFIA		
Observaciones:						
10.1.2 En el Aire (M)	SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro
Especifique:						
Observaciones:						
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)	SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>	
j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Pícnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	
m. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:						
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.1 Tangibles (M)	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Audioguiados	1	b. Exposiciones Permanentes, Temporales y Temáticas	0	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	0	
d. Presentaciones Representaciones en vivo	0	e. Muestras Audiovisuales	0	f. Actividades Vvenciales y/o Lúdicas	0	
g. Fotografía	0/0	h. Información del lugar	0	i. Visita a Talleres	0	
j. Otro	0	Especifique:				
Observaciones:						
10.2.2 Intangibles (M)	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>
10.2.2.2. Simbolismo	10.2.2.3. Fecha de celebración:					
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	4	NO	<input type="checkbox"/>		
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:						
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>		
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	3	b. Regular	0	c. Malo	0
Observaciones:						
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Local	0	b. Regional	2	c. Nacional	0	d. Internacional
Observaciones:						
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)	SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:	https://www.facebook.com/Cajonapamba-431307786079136/			
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:	Red Social			
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 checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	EL TIEMPO			
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones:						

11.3. Asociación con otros Atractivos (máximo 4)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/N	<input type="checkbox"/>				
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas								
Waller de pradera colorada de Sagrado Obispo/Parícuta		7 minutos	1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)							
Observaciones:											
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (m)											
12.1 Afluencia (M)		12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)							
a. Local	1,1	a. Turista	0,5	b. Excursionista	0,3	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	0,3	c. Baja	<input type="checkbox"/>
b. Nacional	1,2	a. Turista	1	b. Excursionista	0	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	0	c. Baja	0,2
c. Extranjera	1,6	a. Turista	1	b. Excursionista	0	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	0,6	c. Baja	0
Observaciones:											
13. RECURSO HUMANO											
13.1. Personal especializado en turismo (u):		SI	<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:					
13.2. Nivel de instrucción (u)											
Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Tercer Nivel <input type="checkbox"/> Cuarto Nivel <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> Especifique:											
13.3 Manejo de Idiomas (u)											
a. Inglés <input type="checkbox"/> b. Alemán <input type="checkbox"/> c. Francés <input type="checkbox"/> d. Italiano <input type="checkbox"/> e. Chino <input type="checkbox"/> f. Otro <input type="checkbox"/>											
Observaciones: manejo idioma quechua											
14. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO											
Fuente de la señora Pabolo en el lugar este ubicado a 20 minutos de la comunidad de Caguapamba, en el sitio se aprecia plantas medicinales y es un tipo de Frio a de color la Yabacoa brinda a los turistas la de hacercha para el Frio y para que no desmayen por la altura, así mismo dentro del huerto medicinal estas son las principales plantas que utilizan manzanilla, Toronjil, menta, rosa escarillo, santa maría, pello, Rachaik, entre otros.											
15. ANEXOS											
b. Archivo Fotográfico (dos)											
Fuente:											
c. Ubicación gráfica del Atractivo											
Fuente:											
ELABORADO POR:			VALIDADO POR:			APROBADO POR:					
Apellido y Nombre	Bertrín Quispe y Mercedes Latorre	Apellido y Nombre	Bertrín Quispe	Apellido y Nombre							
Institución	UCSP	Institución	Comunidad	Institución							
Cargo	Estadística	Cargo	Dir. de Turismo	Cargo							
Correo Electrónico	bertrin.quispe@ucsp.edu.pe	Correo Electrónico		Correo Electrónico							
Teléfono	984444444	Teléfono		Teléfono							
Firma	BQ Y ML	Firma		Firma							
Fecha	30/03/2019	Fecha		Fecha							

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	3	0	5	5	0	M	C	0	2	0	3	0	3	0	0	0
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo									
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico taller artesanal de segundo chimborazo																	
1.2 Categoría			1.3 Tipo			1.4 Subtipo											
MANIFESTACIONES CULTURALES			FOLCLORE			ARTESANÍAS Y ARTES											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia			2.2 Cantón			2.3 Parroquia											
CAÑAR			EL TAMBO			EL TAMBO											
2.4 Calle Principal			2.5 Número			2.6 Transversal											
AVENIDA INGA PIRCA			sur-1			segundo											
2.7 Barrio, Sector o Comuna			2.8 Sitio poblado más cercano														
CAGUANAPAMBA			EL TAMBO														
2.9 Latitud (grados decimales)		2.10 Longitud (grados decimales)		2.11 Altura (msnm)													
2°31'26.9		78°56'56.3		3100													
2.12 Inmerso en Espacio Turístico																	
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
3.1. Clima: Frio																	
3.2 Temperatura(°C)			3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)														
8 Y 12°C																	
4. ACESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
4.1 Tipo de Ingreso (u)																	
4.1.1 Libre (continuar 4.1.4)																	
4.1.2 Restringido (continuar observaciones)																	
4.1.3 Pagado (continuar siguiente)																	
4.1.3.1 Precio (tarifa mínima y máxima):																	
a. Desde \$					b. Hasta \$												
2					4												
4.1.3.2 Forma de Pago (M):																	
a. Efectivo		b. Dinero Electrónico		c. Tarjeta de Débito		d. Tarjeta de Crédito		e. Transferencia Bancaria		f. Cheque							
9:00		17:00															
4.1.4 Horario:																	
4.1.5 Atención (u):																	
4.1.5.1 Todos los días																	
4.1.5.2 Sólo días hábiles																	
4.1.5.3 Fines de Semana y Feriados																	
4.1.5.4 Otro																	
Observaciones:																	
4.2 Temporalidad (M)																	
a. Alta (meses)																	
b. Baja (meses)																	
Observaciones:																	
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M):																	
a. Rampas																	
b. Baterías Sanitarias adecuadas																	
c. Personal Calificado																	
d. Sistema Braille																	
e. Otro																	
Observaciones:																	
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
5.1 Acceso (M)																	
5.1.1 Terrestre (u)																	
5.1.2 Acuático (u)																	
5.1.3 Aéreo																	
Observaciones:																	

5.2 Comunicación (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
5.2.1 Telefonía (M)	0	a. Fija	<input type="checkbox"/>	b. Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Satelital	<input type="checkbox"/>
5.2.2 Conexión a Internet (M)	1	a. Línea Telefónica	<input type="checkbox"/>	b. Cable	<input type="checkbox"/>	c. Satélite	<input type="checkbox"/>
		d. Redes inalámbricas	<input checked="" type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>
5.2.3 Radio Portátil (u)	0	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							
5.3 Señalización (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Señalización de aproximación al sitio	2	Estado (U)	Bueno	Regular	Malo		
b. Señalética en el sitio	0		Bueno	Regular	Malo		
Observaciones:							
5.4 Poblado Urbano Cercano más importante		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: EL CANTON EL TAMBO							
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:		3,5	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:		15	horas/ minutos
						MINUTOS	
Observaciones:							
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
5.5.1 Tipo		5.5.2 Frecuencia					
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual		
a. Bus	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. Automóvil	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
k. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	NO	S/I	
6.1 Planta Turística (M)		SI	NO	S/I	
a. Alojamiento	2 Establecimientos registrados:	0	Habitaciones: 7	Plazas: 0	
b. Alimentos y Bebidas	2 Establecimientos registrados:	0	Mesas: 6	Plazas: 0	
c. Agencias de viaje/Operadoras	0 Establecimientos Registrados:	0			
d. Intermediación	1 Especifique:				
e. Transporte o movilización interno	0 Especifique:				
f. Guianza	2 Especifique: GUIAS LOCALES				
g. Otros	0 Especifique:				
Observaciones:					
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	NO	S/I	
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas a. Lat. b. Long.	6.2.6 Estado (U) B R M
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información abierto	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia	Centro de recepción - equipamiento de visitantes	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Torres de observación de salvavidas	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Senderos	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Áreas de Acampar	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
d. De servicio	Puentes de acceso a senderos	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Muelle	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Área de servicio de alimentación	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
e. Otros	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
Observaciones:					
6.3 Complementarios (M)		SI	NO	S/I	
a. Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>
f. Cajero automático	<input type="checkbox"/>	e. Taxis	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:					
Observaciones:					

7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ATRACTIVO / ENTORNO		SI	NO	S/I	
7.1 Atractivo (u)		SI	NO	S/I	
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:			
7.1.1 Factores de deterioro (m)		SI	NO	S/I	
7.1.1.1 Naturales (m)		7.1.1.2 Antrópicos (m)			
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	A. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	B. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	C. Actividades Extractivas	<input type="checkbox"/>	D. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	E. Huaquearia	<input type="checkbox"/>	F. Negligencia Abandono	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	G. Encaso o rufo desmenzamiento	<input type="checkbox"/>	H. Conflicto de intereses	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	I. Expansión Urbana	<input type="checkbox"/>	J. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	K. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	L. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
Especifique:					
Observaciones:					
7.2 Entorno (500 m) (u)		SI	NO	S/I	
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>
d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>	Observaciones:			
7.2.1 Factores de deterioro (m)		SI	NO	S/I	
7.2.1.1 Naturales (m)		7.2.1.2 Antrópicos (m)			
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	A. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	B. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	C. Actividades Extractivas	<input type="checkbox"/>	D. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	E. Huaquearia	<input type="checkbox"/>	F. Negligencia Abandono	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	G. Encaso o rufo desmenzamiento	<input type="checkbox"/>	H. Conflicto de intereses	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	I. Expansión Urbana	<input type="checkbox"/>	J. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	K. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	L. Desarrollo Industrial	<input type="checkbox"/>
Especifique:					
Observaciones:					
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	NO	S/I	
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (u)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:					
7.4. Declaración del Atractivo /Espacio/Dehesa		SI	NO	S/I	
a. Declaración:	<input type="checkbox"/>	b. Fecha de declaración:	<input type="checkbox"/>	c. Actores:	<input type="checkbox"/>
Observaciones:					
7.5 Amenazas Naturales (m)		SI	NO	S/I	
7.5.1 Geológicas (m)		7.5.2 Meteorológicas (m)			
a. Sismos	<input type="checkbox"/>	a. Huracanes	<input type="checkbox"/>		
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>	b. Deslizamientos	<input type="checkbox"/>		
c. Movimientos en masa geomorfológicos	<input type="checkbox"/>	c. Marejadas	<input type="checkbox"/>		
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>	d. Inundaciones	<input type="checkbox"/>		
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO	S/I	
8.1 Agua (m)		SI	NO	S/I	
a. Potable	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>
d. Entubada	<input type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
8.2 Energía Eléctrica (m)		SI	NO	S/I	
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público	<input type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
8.3 Servicio de Alcantarillado (m)		SI	NO	S/I	
a. Red Pública	<input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input type="checkbox"/>
d. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:					
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (m)		SI	NO	S/I	
a. Vertido (m)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o guardado	<input type="checkbox"/>
d. Quemada	<input type="checkbox"/>	e. Bateria arrojada al río, arrojada a tierra	<input type="checkbox"/>	f. Bateria enterrada	<input type="checkbox"/>
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
8.5 Salud (más cercano) (m)		SI	NO	S/I	
a. Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	b. Punto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>	c. Dispensario Médico	<input type="checkbox"/>
d. Personal capacitado en primeros auxilios y botiquín	<input type="checkbox"/>	Observaciones:			
8.6 Seguridad (m)		SI	NO	S/I	
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
9. PLANIFICACIÓN Y REGULACIONES		SI	NO	S/I	
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD S) (u)		SI	NO	S/I	
Especifique:					
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (u)		SI	NO	S/I	
Especifique:					
9.3. Nombre del Administrador:		ING. SANTIAGO QUINTERO			
9.4. Tipo de Administrador (u)		SI	NO	S/I	
a. Público	<input type="checkbox"/>	b. Privado	<input type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input type="checkbox"/>
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			

9.5. Contacto					
a. Nombre:		b. Teléfono/Celular:			
c. Correo Electrónico:		d. Página WEB:			
Observaciones:					
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (u) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (m) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
10.1.1 En el Agua (m) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	FOTOGRAFIA
Observaciones:					
10.1.2 En el Aire (m) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
10.1.3 En Superficie Terrestre (m) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>
d. Cicloturismo	<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. Fotografía	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:					
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (u) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
10.2.1 Tangibles (m) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	<input type="checkbox"/>	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y Muestras Audiovisuales	<input type="checkbox"/>	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales	<input type="checkbox"/>
d. Presentaciones Representacionales en vivo	<input type="checkbox"/>	e. Muestras Audiovisuales	<input type="checkbox"/>	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	<input type="checkbox"/>
g. Fotografía	<input type="checkbox"/>	h. Información del lugar	<input type="checkbox"/>	i. Visita a Talleres	<input type="checkbox"/>
j. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
10.2.2 Intangibles (m) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral <input type="checkbox"/>	b. Histórico <input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo <input type="checkbox"/>		
10.2.2.2. Simbolismo	10.2.2.3. Fecha de celebración:				
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual <input type="checkbox"/>	b. Ocasional <input type="checkbox"/>	c. Otro <input type="checkbox"/>		
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos <input type="checkbox"/>	b. Colectivos <input type="checkbox"/>	c. Instituciones <input type="checkbox"/>		
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>		
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:					
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>		
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno <input type="checkbox"/>	b. Regular <input type="checkbox"/>	c. Malo <input type="checkbox"/>		
Observaciones:					
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
11.1. Nivel de difusión del atractivo (u) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
a. Local	<input type="checkbox"/>	b. Regional	<input type="checkbox"/>	c. Nacional	<input type="checkbox"/>
d. Internacional	<input type="checkbox"/>				
Observaciones:					
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (m) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:	https://www.facebook.com/Caguasnambo.421307296292184		
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:	Red Social y Campesinista		
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"/>	Especifique:	EL TIEMPO		
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					

11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas		
Huerto medicinal de la señora Fabiola		7 minutos	1. Latitud (grados, minutos)	2. Longitud (grados, minutos)	
Observaciones:					
12. TIPO DE VISITANTE Y AFILIENCIA (m) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
12.1. Afiliencia (m)		12.2. Tipo (u)		12.3. Frecuencia (u)	
a. Local	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>
b. Nacional	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input type="checkbox"/>
c. Extranjera	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Media	<input type="checkbox"/>
Observaciones:					
13. RECURSO HUMANO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
13.1. Personal especializado en turismo (u): SI <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Especifique:					
13.2. Nivel de instrucción (u)					
Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Tercer Nivel	<input type="checkbox"/>
Cuarto Nivel	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
13.3. Manejo de idiomas (m)					
a. Inglés	<input type="checkbox"/>	b. Alemán	<input type="checkbox"/>	c. Francés	<input type="checkbox"/>
d. Italiano	<input type="checkbox"/>	e. Chino	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:					
14. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
<p>En el taller Artesanal de segunda Chimbarera es como un museo donde se aprecia los maques que se usaban antes para realizar vestimentas coloridas así mismo una moderna, la explicación de los dibujos de las Flores que se honor a la madre tierra, lo guacamayo que es un símbolo para los cafeteros por su forma leyendo así mismo, como realizan el proceso de los puerres de boeta.</p>					
15. ANEXOS SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
a. Archivo Fotográfico (m)					
					
Fuente:					
c. Ubicación geográfica del Atractivo					
					
Fuente:					
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (mínimo tres)					
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Beatriz Ramirez y Melissa Lopez	Apellido y Nombre	Beatriz Quintana	Apellido y Nombre	
Institución	UCAB	Institución	Universidad	Institución	
Cargo	Estudiante	Cargo	Docente	Cargo	
Correo Electrónico	beatriz.gonzalez@ucab.edu.ve	Correo Electrónico	beatriz.gonzalez@ucab.edu.ve	Correo Electrónico	
Teléfono		Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha		Fecha		Fecha	

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACION DE ATRACTIVOS TURISTICOS										
Código del atractivo:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo			
I. DATOS GENERALES										
1.1 Nombre del Atractivo Turístico mirador chigapamba										
1.2 Categoría ATRACTIVOS NATURALES			1.3 Tipo BOSQUES			1.4 Subtipo PASCAND				
II. UBICACION DEL ATRACTIVO TURISTICO										
2.1 Provincia CANAS			2.2 Cantón EL TAMBO			2.3 Parroquia EL TAMBO				
2.4 Calle Principal AVENIDA INCAERICA			2.5 Número 89-1			2.6 Travesaerol segunda				
2.7 Barrio, Sector o Comuna CAGUANAPAMBA			2.8 Sitio poblado más cercano EL TAMBO							
2.9 Latitud (grados decimales) 2°31' 26.9			2.10 Longitud (grados decimales) 78°56' 50.3			2.11 Altura (msnm) 3100				
2.12 Inmerso en Espacio Turístico			SI <input type="checkbox"/>			NO <input checked="" type="checkbox"/>			S/I <input type="checkbox"/>	
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:										
Observaciones:										
III. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS										
3.1. Clima			3.2 Temperatura(°C) 8 Y 12°C			3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)				
IV. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURISTICO										
4.1 Tipo de Ingreso (u)			SI <input type="checkbox"/>			NO <input type="checkbox"/>			S/I <input type="checkbox"/>	
4.1.1 Libre (continuar 4.1.4)			4.1.2 Restringido (continuar observaciones)			4.1.3 Pagado (continuar pagento)			0	
4.1.3.1 Precio (tarifa mínima y máxima):			a. Desde 5 <input type="checkbox"/>			b. Hasta 5 <input type="checkbox"/>			4	
4.1.3.2 Forma de Pago (m):			a. Efectivo <input checked="" type="checkbox"/>			b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>			0	
			c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>			d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>			0	
			e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>			f. Cheque <input type="checkbox"/>			0	
4.1.4 Horario:			a. Hora de Ingreso: 9:00			b. Hora de Salida: 17:00				
4.1.5 Atención (u):			a. Todos los días <input type="checkbox"/>			c. Fines de Semana y Feriados <input type="checkbox"/>			2	
			b. Sólo días hábiles <input type="checkbox"/>			d. Otros <input type="checkbox"/>			Especifique:	
Observaciones:										
4.2 Temporalidad (m)										
a. Alta (meses)			Especifique: VACACIONES EN EL MES DE JUNIO, JULIO-AGOSTO							
b. Baje (meses)			Especifique: MARZO, ABRIL, MAYO							
Observaciones:										
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (m)										
a. Rampas <input type="checkbox"/>			b. Baños Sanitarios adecuados <input type="checkbox"/>			c. Personal Calificado <input type="checkbox"/>			0	
d. Sistema Braille <input type="checkbox"/>			e. Otro <input type="checkbox"/>			Especifique:				
Observaciones:										
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURISTICO										
5.1 Acceso (m)										
5.1.1 Terrestre (u)			a. Primer Orden <input type="checkbox"/>			Buena <input type="checkbox"/>			Regular <input checked="" type="checkbox"/>	
			b. Segundo Orden <input type="checkbox"/>			Buena <input checked="" type="checkbox"/>			Regular <input type="checkbox"/>	
			c. Tercer Orden <input type="checkbox"/>			Buena <input type="checkbox"/>			Regular <input checked="" type="checkbox"/>	
5.1.2 Acuático (u)			a. Marítimo <input type="checkbox"/>			b. Lacustre <input type="checkbox"/>			c. Fluvial <input type="checkbox"/>	
5.1.3 Aéreo			a. Marítimo <input type="checkbox"/>			b. Lacustre <input type="checkbox"/>			c. Fluvial <input type="checkbox"/>	
Observaciones:										
5.2 Comunicación (m)										
5.2.1 Telefonía (m)			a. Fija <input type="checkbox"/>			b. Móvil <input checked="" type="checkbox"/>			c. Satelital <input type="checkbox"/>	
5.2.2 Conexión a Internet (m)			a. Línea Telefónica <input type="checkbox"/>			b. Cable <input type="checkbox"/>			c. Satelital <input type="checkbox"/>	
			d. Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>			a. LMDS <input type="checkbox"/>			f. Telefonía Móvil <input type="checkbox"/>	
5.2.3 Radio Portátil (u)			SI <input type="checkbox"/>			NO <input checked="" type="checkbox"/>			S/I <input type="checkbox"/>	
Observaciones:										
5.3 Señalización (m)										
a. Señalización de aproximación al sitio <input checked="" type="checkbox"/>			Buena <input checked="" type="checkbox"/>			Regular <input type="checkbox"/>			Malo <input type="checkbox"/>	
b. Señalización en el sitio <input type="checkbox"/>			Buena <input type="checkbox"/>			Regular <input checked="" type="checkbox"/>			Malo <input type="checkbox"/>	
Observaciones:										
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante										
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante:			EL CANTON EL TAMBO							
5.4.2 Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:			3.5 Km			b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:			15 minutos	
Observaciones:										

5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)	SI	NO	S/I		
5.5.2 Frecuencia					
	a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual	
a. Bus	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. Automóvil	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
k. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
6. PLANTA TURISTICA / COMPLEMENTARIOS					
6.1 Planta Turística (m)					
a. Alojamiento	2	Establecimientos registrados: 0	Habitaciones: 7	Plazas: 0	
b. Alimentos y Bebidas	2	Establecimientos registrados: 0	Mesas: 6	Plazas: 0	
c. Agencias de viaje/Operadoras	0	Establecimientos Registrados: 0			
d. Intermediación	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:			
e. Transporte o movilización interno	0	Especifique:			
f. Guianza	2	Especifique: GUIAS LOCALES			
g. Otros	0	Especifique:			
Observaciones:					
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)					
6.2.1 Categoría					
6.2.2. Tipo (M)		6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas a. Lat. b. Long.	6.2.6 Estado (U) B R M
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información abierto	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	i-Tur	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Torres de observación de salvavidas	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Senderos	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Áreas de Acampar	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
d. De servicio	Puentes de acceso a senderos	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Muelle	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Área de servicio de alimentación	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
e. Otros	Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
Observaciones:					

6.3 Complementarios (m)		SI	0	NO	1	S/I	1
a. Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
f. Cajero automático	<input type="checkbox"/>	e. Taxis	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:							
7. ESTADO DE CONSERVACION E INTEGRACION ATRACTIVO / ENTORNO		SI	1	NO	1	S/I	1
7.1 Atractivo (u)		SI	1	NO	1	S/I	1
a. Conservado	7	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0
Observaciones:							
7.1.1 Factores de deterioro (m)		SI	1	NO	1	S/I	1
7.1.1.1 Naturales (m)		7.1.1.2 Antrópicos (m)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
7.2 Entorno (500 m) (u)		SI	1	NO	1	S/I	1
a. Conservado	0	b. Alterado	3	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0
Observaciones:							
7.2.1 Factores de deterioro (m)		SI	1	NO	1	S/I	1
7.2.1.1 Naturales (m)		7.2.1.2 Antrópicos (m)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	1	NO	1	S/I	1
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (u)	SI	2	NO	1			
Observaciones:							
7.4 Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino		SI	0	NO	1	S/I	1
a. Denominación:		b. Fecha de declaración:		c. Alcance:			
Observaciones:							
7.5 Amenazas Naturales (m)		SI	1	NO	1	S/I	1
7.5.1 Geológicas (m)		7.5.2 Meteorológicas (m)					
a. Sismos	<input type="checkbox"/>	a. Huracanes	<input type="checkbox"/>	b. Deslizamientos	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Marejadas	<input type="checkbox"/>
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>	c. Movimientos en masa-deslizamientos	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Inundaciones	<input type="checkbox"/>		
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>						
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURISTICA		SI	1	NO	1	S/I	1
8.1 Agua (m)		SI	2	NO	1	S/I	1
a. Potable	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>		
d. Entubada	<input type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>		
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							

8.2 Energía Eléctrica (m)		SI	2	NO	1	S/I	1
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>		
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8.3 Servicio de Alcantarillado (m)		SI	0	NO	1	S/I	1
a. Red Pública	<input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	<input type="checkbox"/>
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (m)		SI	2	NO	1	S/I	1
a. Manejo de desechos (DQ)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>	d. Quema de basura	<input type="checkbox"/>
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>	g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:							
8.5 Salud (más cercano) (m)		SI	2	NO	1	S/I	1
a. Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	b. Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Dispensario	<input type="checkbox"/>	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y primeros	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							
8.6 Seguridad (m)		SI	0	NO	1	S/I	1
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
9. POLITICAS Y REGULACIONES		SI	1	NO	1	S/I	1
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD) (u)		SI	0	NO	1	Especifique:	
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (u)		SI	0	NO	1	Especifique:	
9.3. Nombre del Administrador:		ING. SANTIAGO QUENTURA					
9.4. Tipo de Administrador (u)							
a. Público	<input type="checkbox"/>	b. Privado	<input type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:							
9.5. Contacto							
a. Nombre:		b. Teléfono/Celular:					
c. Correo Electrónico:		d. Página WEB:					
Observaciones:							
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (u)		SI	1	NO	1	S/I	1
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (m)		SI	0	NO	1	S/I	1
10.1.1 En el Agua (m)		SI	0	NO	1	S/I	1
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>		
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>		
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Boga	<input type="checkbox"/>		
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	1	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Equi	1	l. Banano / Inflables	1		
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: FOTOMARAFIA			
Observaciones:							
10.1.2 En el Aire (m)		SI	0	NO	1	S/I	1
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:							
Observaciones:							
10.1.3 En Superficie Terrestre (m)		SI	0	NO	1	S/I	1
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>		
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>		
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>		
j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Pícnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>		
m. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (u)		SI	1	NO	1	S/I	1
10.2.1 Tangibles (m)		SI	1	NO	1	S/I	1
a. Recorridos Guiados / Audioguías	1	b. Exposiciones Temáticas	0	c. Exhibición de piezas, muestras, objetos, etc. (objetos)	0		
d. Presentaciones Representaciones en vivo	0	e. Muestras Audiovisuales	0	f. Actividades Vivenciales / Ludicas	0		
g. Fotografía	0,5	h. Información del lugar	0	i. Visita a Talleres	0		
j. Otro	0	Especifique:					
Observaciones:							
10.2.2 Intangibles (m)		SI	1	NO	1	S/I	1
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.2. Simbolismo:		10.2.2.3. Fecha de celebración:					
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	1	NO	1			
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe información al respecto del evento:		SI	0	NO	1		
10.2.2.9. Nivel de Organización:		a. Bueno	3	b. Regular	0	c. Malo	0
Observaciones:							

11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
11.1. Nivel de difusión del atractivo (u)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
Observaciones:		a. Local <input type="checkbox"/>		b. Regional <input type="checkbox"/>		c. Nacional <input type="checkbox"/>	
						d. Internacional <input type="checkbox"/>	
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (u)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB	URL:						
b. Red Social	Nombre:	https://www.facebook.com/ComunidaddeCajamarca					
c. Revistas Especializadas	Nombre:						
d. Material POP	Nombre:						
e. Oficina de Información Turística	Nombre:						
f. Eventos de comunicación (radio, tv, prensa)	Especifique:	El TIEAMPO					
g. Otro	Especifique:						
Observaciones:							
11.3. Asociación con otros Atractivos (mismo a)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
A. Nombre del atractivo	B. Distancia (km)	C. Tiempo (P/m aprox.)	D. Coordenadas Geográficas				
			1. Latitud (Grados decimales)	2. Longitud (Grados decimales)			
Observaciones:							
12. TIPO DE VISITANTE Y AFILIENCIA (u)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
12.1. Afiliencia (M)		12.2. Tipo (M)		12.3. Frecuencia (M)			
a. Local <input type="checkbox"/>	a. Turista <input type="checkbox"/>	b. Escursionista <input type="checkbox"/>	a. Alta <input type="checkbox"/>	b. Media <input type="checkbox"/>	c. Baja <input type="checkbox"/>		
b. Nacional <input type="checkbox"/>	a. Turista <input type="checkbox"/>	b. Escursionista <input type="checkbox"/>	a. Alta <input type="checkbox"/>	b. Media <input type="checkbox"/>	c. Baja <input type="checkbox"/>		
c. Extranjera <input type="checkbox"/>	a. Turista <input type="checkbox"/>	b. Escursionista <input type="checkbox"/>	a. Alta <input type="checkbox"/>	b. Media <input type="checkbox"/>	c. Baja <input type="checkbox"/>		
Observaciones:							
13. RECURSO HUMANO		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
13.1. Personal especializado en turismo (u)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
13.2. Nivel de instrucción (u)							
Primaria <input type="checkbox"/>		Secundaria <input type="checkbox"/>	Tercer Nivel <input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:	
13.3. Idioma de idiomas (u)							
a. Inglés <input type="checkbox"/>		b. Alemán <input type="checkbox"/>	c. Francés <input type="checkbox"/>	d. Italiano <input type="checkbox"/>	e. Chino <input type="checkbox"/>	f. Otro <input type="checkbox"/>	
Observaciones:							
14. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<p>Este mirador está ubicado a 10 minutos del taller artesanal de prendas calabras, desde este punto se puede observar la Provincia de Cajal y algunas poblaciones que lo rodean, también se favorece la fauna de la comunidad, también se observan que algunas en algunos momentos por donde las comunidades pelean antes cuando no tienen conflictos con los y en la actualidad una parte de los pobladores utilizan como un atajo.</p>							
15. MEDIOS		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Archivo fotográfico (u)							
							
Fuente:							
c. Ubicación gráfica del Atractivo							
							
Fuente:							
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (obligatorias)							
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:			
Apellido y Nombre	Reynier Alvarado y Melchor Alvarado	Apellido y Nombre	Reynier Alvarado	Apellido y Nombre			
Institución	UNICEF	Institución	Comunidad	Institución			
Cargo	Investigador	Cargo	Res de Turismo	Cargo			
Correo Electrónico	reynier.alvarado@unicef.org	Correo Electrónico		Correo Electrónico			
Teléfono	005199999999999999	Teléfono		Teléfono			
Fecha		Fecha		Fecha			

6.3 Complementarios (M)				SI	0	NO	1	S/I	1
a. Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising	<input checked="" type="checkbox"/>				
f. Cajero automático	<input type="checkbox"/>	e. Taxis	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:									
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO									
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
7.1 Atractivo (u)									
a. Conservado	7	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0		
Observaciones:									
7.1.1 Factores de deterioro (M)									
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
7.1.1.1 Naturales (M)					7.1.1.2 Antrópicos (M)				
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>		
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>		
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>		
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>		
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>		
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									
7.2 Entorno (500 m) (u)									
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
a. Conservado	0	b. Alterado	3	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0		
Observaciones:									
7.2.1 Factores de deterioro (M)									
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
7.2.1.1 Naturales (M)					7.2.1.2 Antrópicos (M)				
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>		
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>		
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>		
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>		
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>		
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea									
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (u)	SI	2	NO	1					
Observaciones:									
7.4 Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino									
SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
a. Denominación:		b. Fecha de declaración:		c. Alcance:					
Observaciones:									
7.5 Amenazas Naturales (M)									
7.5.1 Geológicas (M)					7.5.2 Meteorológicas (M)				
a. Sismos	<input type="checkbox"/>				a. Huracanes	<input type="checkbox"/>			
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>				b. Deslizamientos	<input checked="" type="checkbox"/>			
c. Movimientos en masa-deslizamientos	<input checked="" type="checkbox"/>				c. Marejadas	<input type="checkbox"/>			
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>				d. Inundaciones	<input type="checkbox"/>			
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									

8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA				SI	1	NO	1	S/I	1
8.1 Agua (M)									
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
a. Potable	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>				
d. Entubada	<input type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>				
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									
8.2 Energía Eléctrica (M)									
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>				
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)									
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
a. Red Pública	<input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	<input type="checkbox"/>		
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)									
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
a. Manejo de desechos (SR)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>	d. Quema de basura	<input type="checkbox"/>		
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>	g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:									
8.5 Salud (más cercano) (M)									
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
a. Hospital o Clínica	0	b. Puesto / Centro de salud	2	c. Dispensario Médico	0	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y botiquín	0		
Observaciones:									
8.6 Seguridad (M)									
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>				
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES									
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (u):									
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/> Especifique:									
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (u):									
SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/> Especifique:									
9.3. Nombre del Administrador:									
ING. SANTIAGO QUINTUÑA									
9.4. Tipo de Administrador (u)									
a. Público	<input type="checkbox"/>	b. Privado	<input type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
9.5. Contacto									
a. Nombre:				b. Teléfono/Celular:					
c. Correo Electrónico:				d. Página WEB:					
Observaciones:									
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (u)									
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)									
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
10.1.1 En el Agua (M)									
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>				
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>				
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>				
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>				
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		FOTOGRAFIA			
Observaciones:									

10.1.2 En el Aire (m)		SI	<input type="radio"/>	NO	<input checked="" type="radio"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/> Especifique:
Observaciones:							
10.1.3 En Superficie Terrestre (m)		SI	<input type="radio"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>		
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>		
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>		
j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>		
m. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Especifique:			
Observaciones:							
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (u)							
10.2.1 Tangibles (m)		SI	<input checked="" type="radio"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	<input type="checkbox"/>	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y Representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales	<input type="checkbox"/>		
d. Presentaciones	<input type="checkbox"/>	e. Muestras Audiovisuales	<input type="checkbox"/>	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	<input type="checkbox"/>		
g. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Información del lugar	<input type="checkbox"/>	i. Visita a Talleres	<input type="checkbox"/>		
j. Otro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Especifique:					
Observaciones:							
10.2.2 Intangibles (m)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.2. Simbolismo	10.2.2.3. Fecha de celebración:						
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI		4		NO		
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:							
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	<input checked="" type="radio"/>	b. Regular	<input type="radio"/>	c. Malo	<input type="radio"/>	
Observaciones:							
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO							
11.1. Nivel de difusión del atractivo (u)		SI	<input checked="" type="radio"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Local	<input type="radio"/>	b. Regional	<input checked="" type="radio"/>	c. Nacional	<input type="radio"/>	d. Internacional	<input type="radio"/>
Observaciones:							
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (m)		SI	<input type="radio"/>	NO	<input checked="" type="radio"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:	https://www.facebook.com/Crucesesemba-431107786679119/				
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:	@crucesesemba				
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 checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	EL TIEMPO				
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)							
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas				
			1. Latitud (grados decimales)		2. Longitud (grados decimales)		
Observaciones:							
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (m)							
12.1 Afluencia (M)		12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)			
a. Local	0,8	a. Turista	0,5	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>
b. Nacional	1,6	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>
c. Extranjera	1,6	a. Turista	<input type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>
						b. Media	<input type="checkbox"/>
						c. Baja	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							

13. RECURSO HUMANO		SI	<input checked="" type="radio"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
13.1. Personal especializado en turismo (u):		SI	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Especifique:	
13.2. Nivel de Instrucción (u)							
Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Tercer Nivel	<input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Especifique:					
13.3. Manejo de Idiomas (m)							
a. Inglés	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alemán	<input type="checkbox"/>	c. Francés	<input type="checkbox"/>	d. Italiano	<input type="checkbox"/>
e. Chino	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>				
Observaciones:							
14. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO							
Este atractivo está ubicado en el sector de Cruz Loma, en el sitio se puede observar un criadero de conejos, cuy y gallinas, en caso de los conejos están clasificados por machos, hembras, los turistas se pueden observar o darle de comer. En el mismo lugar tienen plantas como romero, poleo y eucalipto para alejar las malas energías. Tienen un corral lleno de animales de granja. Así mismo se puede observar que el padre de familia se dedica a tejer cobijas que son hechas de lana de oveja en las máquinas llamadas telar, donde los turistas pueden ser parte de la fabricación de estas. Además, es una fuente de ingreso extra ya que vende las cobijas las cuales tienen un precio de \$60 dólares las finas y las gruesas entre \$80 y \$100 depende las figuras.							
15. ANEXOS							
b. Archivo Fotográfico (m)							
Fuente:							
c. Ubicación gráfica del Atractivo							
							
Fuente:							
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (obligatorio)							
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:			
Apellido y Nombre	Bautista Guaman y Melina Labadie	Apellido y Nombre	Santiago Quintana	Apellido y Nombre			
Institución	UCSG	Institución	Comunidad	Institución			
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo	Guia de turismo	Cargo			
Correo Electrónico	Bautista.guaman@ucsg.edu.ec, melinabautista@gmail.com	Correo Electrónico		Correo Electrónico			
Teléfono	09999999999999999999	Teléfono		Teléfono			
Firma	lg y ml	Firma		Firma			
Fecha		Fecha		Fecha			

FICHA PARA EL L+L307+81.V13+81.V21+81.V29+81.V37+81.V46+81.V53+81.V61+L307+81.V+81.V61													
Código del atractivo:	0	3	0	0	0	0	0	2	0	0			
Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo						
1. DATOS GENERALES													
1.1 Nombre del Atractivo Turístico noche cultural													
1.2 Categoría MANIFESTACIONES_CULTURALES			1.3 Tipo FOLCLORE			1.4 Subtipo MÚSICA Y DANZA							
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO													
2.1 Provincia CAÑAR		2.2 Cantón EL TAMBO		2.3 Parroquia EL TAMBO									
2.4 Calle Principal AVENIDA INGAPERCA			2.5 Número sur-1			2.6 Transversal segundo							
2.7 Barrio, Sector o Comuna CAGUANA/PAMBA		2.8 Sitio poblado más cercano EL TAMBO											
2.9 Latitud (grados decimales)		2.10 Longitud (grados decimales)		2.11 Altura (mnm)									
2.12 Inmerso en Espacio Turístico SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico: Observaciones:													
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													
3.1 Clima			3.2 Temperatura(°C)			3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)							
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													
4.1 Tipo de Ingreso (u) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													
4.1.1 Libre (continuar 4.1.4)		4.1.2 Restringido (continuar observaciones)		4.1.3 Pagado (continuar siguiente)									
4.1.3.1 Precio (tarifa mínima y máxima):		a. Desde \$		2		b. Hasta \$		4					
4.1.3.2 Forma de Pago (u):		a. Efectivo		<input checked="" type="checkbox"/>		b. Dinero Electrónico		<input type="checkbox"/>					
		c. Tarjeta de Débito		<input type="checkbox"/>		d. Tarjeta de Crédito		<input type="checkbox"/>					
		e. Transferencia Bancaria		<input type="checkbox"/>		f. Cheque		<input type="checkbox"/>					
4.1.4 Horario:		a. Hora de Ingreso:		9:00		b. Hora de Salida:		17:00					
		a. Todos los días		0		c. Fines de Semana y Feriados		2					
4.1.5 Atención (u):		b. Sólo días hábiles		0		d. Otro:		0 Especifique:					
Observaciones:													
4.2 Temporalidad (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													
a. Alta (meses)		<input type="checkbox"/>		Especifique:		VACACIONES EN EL MES DE JUNIO, JULIO, AGOSTO							
b. Baja (meses)		<input type="checkbox"/>		Especifique:		MARZO, ABRIL, MAYO							
Observaciones:													
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													
a. Rampas		<input type="checkbox"/>		b. Baterías Sanitarias adecuadas		<input type="checkbox"/>		c. Personal Calificado		<input type="checkbox"/>			
d. Sistema Braille		<input type="checkbox"/>		e. Otro		<input type="checkbox"/>		Especifique:					
Observaciones:													
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													
5.1 Acceso (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													
5.1.1 Terrestre (u)		a. Primer Orden		1		b. Segundo Orden		1		c. Tercer Orden		1	
		a. Marítimo		0		b. Lacustre		0		c. Fluvial		0	
		a. Marítimo		0		b. Lacustre		0		c. Fluvial		0	
5.1.2 Acuático (u)		a. Marítimo		0		b. Lacustre		0		c. Fluvial		0	
5.1.3 Aéreo		0		0		0		0		0		0	
Observaciones:													

5.2 Comunicación (M)		SI	NO	S/I							
5.2.1 Telefonía (u)		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
		a. Fija	b. Móvil	c. Satelital							
5.2.2 Conexión a Internet (u)		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
		a. Línea Telefónica	b. Cable	c. Satélite							
		d. Redes inalámbricas	e. LMDS	f. Telefonía Móvil							
5.2.3 Radio Portátil (u)		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
Observaciones:											
5.3 Señalización (M)		SI	NO	S/I							
a. Señalización de aproximación al sitio		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
b. Señalética en el sitio		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
Observaciones:											
5.4 Poblado Urbano Cercano más importante		SI	NO	S/I							
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante		EL CANTÓN EL TAMBO									
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano		3,5	km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano	15	MINUTOS					
Observaciones:											
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	NO	S/I							
5.5.1 Tipo		5.5.2 Frecuencia									
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual						
a. Bus		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
b. Busetas		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
c. Automóvil		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
d. 4x4		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
e. Tren		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
f. Barco		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
g. Lancha / Canoas/ Bote		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
h. Avión		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
i. Avioneta		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
j. Helicóptero		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
k. Otro		<input type="checkbox"/>	Especifique:								
Observaciones:											
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	NO	S/I							
6.1 Planta Turística (M)		SI	NO	S/I							
a. Alojamiento		2	Establecimientos registrados	0	Habitaciones:	7	Plazas:	0			
b. Alimentos y Bebidas		2	Establecimientos registrados	0	Mesas:	6	Plazas:	0			
c. Agencias de viaje/Operadores		0	Establecimientos registrados	0							
d. Intermediación		<input checked="" type="checkbox"/>									
e. Transporte o movilización interno		0	Especifique:								
f. Guianza		2	Especifique:	GUÍAS LOCALES							
g. Otros		0	Especifique:								
Observaciones:											
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	NO	S/I							
6.2.1 Categoría		6.2.2. Tipo (M)		6.2.3 Cant.		6.2.4 Administrador		6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)	
		a. Inf.	b. Long.	S	R	Se					
a. De apoyo a la gestión turística		<input type="checkbox"/>	Punto de información abierto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	Punto de información cerrado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	Info	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	Centro de recepción equipamiento de visitantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia		<input type="checkbox"/>	Miradores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	Torres de observación de subvóvidas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<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"/>	<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"/>	<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"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	Puntos de acceso a senderos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio		<input type="checkbox"/>	Muelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	Área de servicio de alimentación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	Garitas de guardería	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros		<input type="checkbox"/>	Especifique:								
Observaciones:											

6.3 Complementarios (M)		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
f. Cajero automático	<input type="checkbox"/>	e. Taxis	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:							
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.1 Atractivo (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Conservado	7	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0
Observaciones:							
7.1.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.1.1.1 Naturales (M)		7.1.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
7.2 Entorno (500 m) (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Conservado	0	b. Alterado	3	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0
Observaciones:							
7.2.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (u)	SI	2	NO	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Denominación:		b. Fecha de declaración:		c. Alcance:			
Observaciones:							

7.5 Amenazas Naturales (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.5.1 Geológicas (M)		7.5.2 Meteorológicas (M)					
a. Sismos	<input type="checkbox"/>	a. Huracanes	<input type="checkbox"/>	b. Deslizamientos	<input checked="" type="checkbox"/>		
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>	c. Movimientos en masa-Deslizamientos	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Marejadas	<input type="checkbox"/>		
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>	d. Inundaciones	<input type="checkbox"/>				
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
8.1 Agua (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Potable	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>		
d. Entubada	<input type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>		
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8.2 Energía Eléctrica (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>		
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red Pública	<input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	<input type="checkbox"/>
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Manejo de desechos (SR)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>	d. Quema de basura	<input type="checkbox"/>
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>	g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:							
8.5 Salud (más cercano) (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica	0	b. Puesto / Centro de salud	2	c. Dispensario Médico	0	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y botiquín	0
Observaciones:							
8.6 Seguridad (M)		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (u):		SI	5	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (u):		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
9.3. Nombre del Administrador:		ING. SANTIAGO QUINTUÑA					
9.4. Tipo de Administrador (u)							
a. Público	<input type="checkbox"/>	b. Privado	<input type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:							
9.5. Contacto							
a. Nombre:		b. Teléfono/Celular:					
c. Correo Electrónico:		d. Página WEB:					
Observaciones:							
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1.1 En el Agua (M)		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>		
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>		
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>		
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>		
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: FOTOGRAFIA			
Observaciones:							

10.1.2 En el Aire (m)		SI	<input type="radio"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:							
Observaciones:							
10.1.3 En Superficie Terrestre (m)		SI	<input type="radio"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>		
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>		
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>		
j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>		
m. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.1 Tangibles (m)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	<input type="checkbox"/>	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y Representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales	<input type="checkbox"/>		
d. Presentaciones	<input type="checkbox"/>	e. Muestras Audiovisuales	<input type="checkbox"/>	f. Actividades Vivencales y/o Lúdicas	<input type="checkbox"/>		
g. Fotografía	<input type="checkbox"/>	h. Información del lugar	<input type="checkbox"/>	i. Visita a Talleres	<input type="checkbox"/>		
j. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
10.2.2 Intangibles (m)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.2. Simbolismo	10.2.2.3. Fecha de celebración:						
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>			
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>			
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Regular	<input type="checkbox"/>	c. Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:							
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
11.1. Nivel de difusión del atractivo (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Local	<input type="checkbox"/>	b. Regional	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Nacional	<input type="checkbox"/>	d. Internacional	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (m)		SI	<input type="radio"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:	https://www.facebook.com/Cajonamamba-44630778687918/				
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:	Xinti Samana, Cajonamamba				
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 checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	EL TIEMPO				
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
11.3. Asociación con otros Atractivos (máximo 4)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas				
			1. Latitud (grados decimales)		2. Longitud (grados decimales)		
Observaciones:							

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
12.1 Afluencia (M)		12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)			
a. Local	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>
b. Nacional	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>
c. Extranjera	<input type="checkbox"/>	a. Turista	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Excursionista	<input type="checkbox"/>	a. Alta	<input type="checkbox"/>
						b. Media	<input type="checkbox"/>
						c. Baja	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							
13. RECURSO HUMANO		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
13.1. Personal especializado en turismo (u): SI <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Especifique:							
13.2. Nivel de instrucción (u)							
Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Tercer Nivel	<input checked="" type="checkbox"/>	Cuarto Nivel	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
13.3 Manejo de Idiomas (m)							
a. Inglés	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alemán	<input type="checkbox"/>	c. Francés	<input type="checkbox"/>	d. Italiano	<input type="checkbox"/>
e. Chino	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>				
Observaciones:							
14. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
El evento se realiza en la casa del comanero Santiago Quintuña, en la noche cultural los jóvenes y adultos realizan una presentación donde los hombres tocan instrumentos como: el bombo, flauta, guitarra y el violín, con la melodía los señoritos danzan e invitan a participar a los turistas a participar de una danza tradicional como es el cuchunchi, esta se baila en matrimonios. Los turistas utilizan ropas tradicionales para bailar y participar y así se abre un comercio para enseñarles más sobre sus tradiciones.							
15. ANEXOS		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Archivo Fotográfico (m)							
Fuente:							
c. Ubicación gráfica del Atractivo							
Fuente:							
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (obligatorio)							
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:			
Apellido y Nombre	Beatriz Samana y Malena Lobo	Apellido y Nombre	Santiago Quintuña	Apellido y Nombre			
Institución	UCSS	Institución	Comunidad	Institución			
Cargo	Estudiante	Cargo	Bole de Turismo	Cargo			
Correo Electrónico	Beatriz.samana@ucss.edu.pe, malena.lopez@ucss.edu.pe	Correo Electrónico		Correo Electrónico			
Teléfono		Teléfono		Teléfono			
Firma		Firma		Firma			
Fecha		Fecha		Fecha			
Observaciones:							

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACION DE ATRACTIVOS TURISTICOS																	
Código del atractivo:	0	3	0	5	0	0	M	C	0	2	0	4	0	3	0	0	0
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo									
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Medicina ancestral																	
1.2 Categoría			1.3 Tipo			1.4 Subtipo											
MANIFESTACIONES CULTURALES			FOLCLORE			MEDICINA ANCESTRAL											
2. UBICACION DEL ATRACTIVO TURISTICO																	
2.1 Provincia		2.2 Cantón			2.3 Parroquia												
CAÑAR		EL TAMBO			EL TAMBO												
2.4 Calle Principal			2.5 Número			2.6 Transversal											
AVENIDA INAPIRCA			sup-1			segunda											
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano													
CAGUANJAPAMBA				EL TAMBO													
2.9 Latitud (grados decimales)		2.10 Longitud (grados decimales)			2.11 Altura (msnm)												
		2.12 Inmerso en Espacio Turístico			SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>												
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
3.1. Clima		3.2 Temperatura(°C)		3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)													
FRIO		8 Y 12°C		3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)													
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURISTICO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
4.1 Tipo de Ingreso (u)																	
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)																	
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):																	
a. Desde \$ 2 b. Hasta \$ 4																	
4.1.3.2 Forma de Pago (M):																	
a. Efectivo <input type="checkbox"/> b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/> c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/> d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/> e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/> f. Cheque <input type="checkbox"/>																	
4.1.4 Horario:																	
a. Hora de Ingreso: 9:00 b. Hora de Salida: 17:00																	
4.1.5 Atención (u):																	
a. Todos los días 0 c. Fines de Semana y Feriados 2 b. Sólo días hábiles 2 d. Otro: 0 Especifique:																	
Observaciones:																	
4.2 Temporalidad (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
a. Alta (meses) <input type="checkbox"/> Especifique: VACACIONES EN EL MES DE JUNIO, JULIO, AGOSTO																	
b. Baja (meses) <input type="checkbox"/> Especifique: MARZO, ABRIL, MAYO																	
Observaciones:																	
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
a. Rampas <input type="checkbox"/> b. Baterías Sanitarias adecuadas <input type="checkbox"/> c. Personal Calificado <input type="checkbox"/>																	
d. Sistema Braille <input type="checkbox"/> e. Otro <input type="checkbox"/> Especifique:																	
Observaciones:																	
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURISTICO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
5.1 Acceso (M)																	
5.1.1 Terrestre (u)																	
a. Primer Orden 1 Estado: Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> b. Segundo Orden 1 Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> c. Tercer Orden 1 Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/>																	
5.1.2 Acuático (u)																	
a. Marítimo 0 Describir: b. Lacustre 0 Describir: c. Fluvial 0 Describir:																	
5.1.3 Aéreo 0 Describir:																	
Observaciones:																	

5.2 Comunicación (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
5.2.1 Telefonía (M)									
a. Fija <input type="checkbox"/> b. Móvil <input type="checkbox"/> c. Satelital <input type="checkbox"/>									
5.2.2 Conexión a Internet (M)									
a. Línea Telefónica <input type="checkbox"/> b. Cable <input type="checkbox"/> c. Satélite <input type="checkbox"/> d. Redes inalámbricas <input type="checkbox"/> e. LMDS <input type="checkbox"/> f. Telefonía Móvil <input type="checkbox"/>									
5.2.3 Radio Portátil (u)									
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>									
Observaciones:									
5.3 Señalización (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
a. Señalización de aproximación al sitio <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/>									
b. Señalética en el sitio <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/>									
Observaciones:									
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: EL CANTON EL TAMBO									
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano: 3.5 Km b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano: 15 minutos									
Observaciones:									
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
5.5.1 Tipo									
a. Diaria b. Semanal c. Mensual d. Eventual									
5.5.2 Frecuencia									
a. Bus <input type="checkbox"/> b. Busetas <input type="checkbox"/> c. Automóvil <input type="checkbox"/> d. 4x4 <input type="checkbox"/> e. Tren <input type="checkbox"/> f. Barco <input type="checkbox"/> g. Lancha / Canoas/ Bote <input type="checkbox"/> h. Avión <input type="checkbox"/> i. Avioneta <input type="checkbox"/> j. Helicóptero <input type="checkbox"/> k. Otro <input type="checkbox"/> Especifique:									
Observaciones:									
6. PLANTA TURISTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
6.1 Planta Turística (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
a. Alojamiento <input type="checkbox"/> Establecimientos registrados <input type="checkbox"/> Habitaciones: 7 Plazas: 0									
b. Alimentos y Bebidas <input type="checkbox"/> Establecimientos registrados <input type="checkbox"/> Mesas: 6 Plazas: 0									
c. Agencias de Viaje/Operadoras <input type="checkbox"/> Establecimientos Registrados <input type="checkbox"/>									
d. Intermediación <input type="checkbox"/> Especifique:									
e. Transporte o movilización interno <input type="checkbox"/> Especifique:									
f. Guianza <input type="checkbox"/> Especifique: GUIAS LOCALES									
g. Otros <input type="checkbox"/> Especifique:									
Observaciones:									
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>									
6.2.1 Categoría									
6.2.2. Tipo (M)									
6.2.3 Cant.									
6.2.4 Administrador									
6.2.5 Complementadas									
6.2.6 Estable (U)									
a. Lat. b. Long.									
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>									
Punto de Información diario <input type="checkbox"/> Punto de información cerrado <input type="checkbox"/> Oficinas <input type="checkbox"/> Centro de interpretación <input type="checkbox"/> Centro de capacitación turística <input type="checkbox"/> Centro de recepción - equipamiento de visitantes <input type="checkbox"/>									
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>									
Miradores <input type="checkbox"/> Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/> Torres de observación de subvidas <input type="checkbox"/>									
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>									
Senderos <input type="checkbox"/> Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/> Áreas de Acampar <input type="checkbox"/> Puentes de acceso a senderos <input type="checkbox"/> Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/> Muelle <input type="checkbox"/>									
d. De servicio <input type="checkbox"/>									
Área de servicio de alimentación <input type="checkbox"/> Guías de guardiana <input type="checkbox"/> Baterías sanitarias <input type="checkbox"/> Estacionamientos <input type="checkbox"/>									
e. Otros <input type="checkbox"/> Especifique:									
Observaciones:									

6.3 Complementarios (M)		SI	0	NO	S/I
a. Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising	<input checked="" type="checkbox"/>
f. Cajero automático	<input type="checkbox"/>	e. Taxis	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:		Especifique:			
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	0	NO	S/I
7.1 Atractivo (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	S/I
a. Conservado	7	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0
d. Deteriorado	0	Observaciones:			
7.1.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	S/I
7.1.1.1 Naturales (M)		7.1.1.2 Antrópicos (M)			
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
7.2 Entorno (500 m) (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	S/I
a. Conservado	0	b. Alterado	3	c. En proceso de deterioro	0
d. Deteriorado	0	Observaciones:			
7.2.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	S/I
7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicos (M)			
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	S/I
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (u)	SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:					
7.4 Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino		SI	0	NO	S/I
a. Denominación:		b. Fecha de declaración:		c. Alcance:	
Observaciones:					

6.3 Complementarios (M)		SI	0	NO	S/I
a. Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising	<input checked="" type="checkbox"/>
f. Cajero automático	<input type="checkbox"/>	e. Taxis	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:		Especifique:			
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	0	NO	S/I
7.1 Atractivo (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	S/I
a. Conservado	7	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0
d. Deteriorado	0	Observaciones:			
7.1.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	S/I
7.1.1.1 Naturales (M)		7.1.1.2 Antrópicos (M)			
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
7.2 Entorno (500 m) (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	S/I
a. Conservado	0	b. Alterado	3	c. En proceso de deterioro	0
d. Deteriorado	0	Observaciones:			
7.2.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	S/I
7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicos (M)			
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	S/I
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (u)	SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:					
7.4 Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino		SI	0	NO	S/I
a. Denominación:		b. Fecha de declaración:		c. Alcance:	
Observaciones:					
7.5 Amenazas Naturales (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	S/I
7.5.1 Geológicas (M)		7.5.2 Meteorológicas (M)			
a. Sismos	<input type="checkbox"/>	a. Huracanes			
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>	b. Deslizamientos			
c. Movimientos en masa: Deslizamientos	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Marejadas			
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>	d. Inundaciones			
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	0	NO	S/I
8.1 Agua (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	S/I
a. Potable	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>
d. Entubada	<input type="checkbox"/>	e. Rio, vertiente, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
8.2 Energía Eléctrica (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	S/I
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	S/I
a. Red Pública	<input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input checked="" type="checkbox"/>
d. Con descarga directa al mar, lago o quebrada	<input type="checkbox"/>	e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:		Especifique:			
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	S/I
a. Manejo de Residuos (SR)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>
d. Quemada de basura	<input type="checkbox"/>	e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
8.5 Salud (más cercano) (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	S/I
a. Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	b. Punto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Dispensario Médico	<input type="checkbox"/>
d. Personal capacitado en primeros auxilios o primeros	<input type="checkbox"/>	Observaciones:			
8.6 Seguridad (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	S/I
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana	<input type="checkbox"/>
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	NO	S/I	
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (u):		SI	5	NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:	
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (u):		SI	0	NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:	
9.3. Nombre del Administrador:		ING. SANTIAGO QUINTUÑA			
9.4. Tipo de Administrador (u)					
a. Público <input type="checkbox"/> b. Privado <input type="checkbox"/> c. Comunitario <input checked="" type="checkbox"/> d. Otro <input type="checkbox"/> Especifique:					
9.5. Contacto					
a. Nombre:		b. Teléfono/Celular:			
c. Correo Electrónico:		d. Página WEB:			
Observaciones:					
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	NO	S/I	
10.1. ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI	NO	S/I	
10.1.1 En el Agua (m)		SI	0	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>	
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	FOTOGRAFIA
Observaciones:					
10.1.2 En el Aire (m)		SI	0	NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>	
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
10.1.3 En Superficie Terrestre (m)		SI	0	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>	
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>
j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Pícnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>
m. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:					
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>	
10.2.1 Tangibles (m)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>	
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	1	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	0	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	0
d. Presentaciones Representaciones en vivo	0	e. Muestras Audiovisuales	0	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	0
g. Fotografía	0,5	h. Información del lugar	0	i. Visita a Talleres	0
j. Otro	0	Especifique:			
Observaciones:					

10.2.2 Intangibles (m)		SI	NO	S/I	
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral <input checked="" type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo <input type="checkbox"/>	
10.2.2.2. Simbolismo		10.2.2.3. Fecha de celebración:			
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual <input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Otro <input type="checkbox"/>	
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos <input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Instituciones <input type="checkbox"/>	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	4	NO	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:					
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	3	b. Regular	0	
c. Malo	0	Observaciones:			
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	NO	S/I	
11.1. Nivel de difusión del atractivo (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>	
a. Local	0	b. Regional	2	c. Nacional	0
d. Internacional	0	Observaciones:			
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (m)		SI	0	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>	
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:	https://www.facebook.com/Cajanananba-415307796679158/		
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:	Kini Simama y Capapamba		
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 checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	EL TIEMPO		
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)		SI	NO	S/I	
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas		
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)	
Observaciones:					
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>	
12.1 Afluencia (M)		12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)	
a. Local	0	a. Turista	0	b. Excursionista	0
b. Nacional	0	a. Alta	0	b. Media	0
c. Extranjera	0	a. Turista	0	b. Excursionista	0
		a. Alta	0	b. Media	0
		a. Alta	0	b. Media	0
		a. Alta	0	b. Media	0
		a. Alta	0	b. Media	0
Observaciones:					

13. RECURSO HUMANO				SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
13.1. Personal especializado en turismo (u):				SI	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
13.2. Nivel de Instrucción (u)									
Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Tercer Nivel	<input checked="" type="checkbox"/>	Cuarto Nivel	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
13.3 Manejo de Idiomas (m)									
a. Inglés	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alemán	<input type="checkbox"/>	c. Francés	<input type="checkbox"/>	d. Italiano	<input type="checkbox"/>	e. Chino	<input type="checkbox"/>
f. Otro				<input type="checkbox"/>					
Observaciones:									
14. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
<p>El evento lo realizan en la casa del comunero Santiago Quintuña el encargado de realizar las limpiezas es el señor Tobías Falcon, quien los organiza en grupo donde procede a realizar baños o limpiezas para eliminar malas energías, envidia y el susto donde utiliza algunas plantas como: el guan tué, escaballo, hierro, pumo, acacia y marco para que el ritual funcione deben tener fe en las plantas y en el shaman así mismo todos los participantes tienen que estar en silencio para que funcione. El servicio de limpiezas por grupo cuesta \$25 dólares, individual el precio es de \$5.50.</p>									
15. ANEXOS				SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Archivo Fotográfico (fot)									
									
Fuente:									
c. Ubicación gráfica del Atractivo									
Fuente:									
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (obligatorio)									
ELABORADO POR:			VALIDADO POR:			APROBADO POR:			
Apellido y Nombre	BEATRIZ GUAYAN		Apellido y Nombre	Santiago Quintuña		Sanjah			
Institución	Urog		Institución	Comunidad		Institución			
Cargo	ESTUDIANTES		Cargo	Guia de turismo		Cargo			
Correo Electrónico	Beatriz.guayan@outlook.es, melioneri@uog.vea.com		Correo Electrónico			Correo Electrónico			
Teléfono			Teléfono			Teléfono			
Firma			Firma			Firma			
Fecha			Fecha			Fecha			



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Guamán Yupa, María Beatriz**, con C.C: #0302361043 y **Lalangui Roblez, Melanie Mabel** con C.C: #0750701963 autoras del trabajo de titulación: **Plan de Marketing de Turismo Comunitario para Caguanapamba, del Cantón El Tambo, provincia de Cañar** previo a la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro 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.- Autorizo 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, 02 de marzo del 2020

Guamán Yupa, María Beatriz

C.C: 0302361043

Lalangui Roblez, Melanie Mabel

C.C: 0750701963



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Plan de Marketing de Turismo Comunitario para Caguanapamba, del Cantón El Tambo, provincia de Cañar		
AUTOR(ES)	María Beatriz, Guamán Yupa y Melanie Mabel, Lalangui Roblez		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	02 de marzo del 2020	No. DE PÁGINAS:	100
ÁREAS TEMÁTICAS:	Análisis del sistema turístico, diseño de plan de Marketing, atractivos, comunidad receptora.		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	turismo comunitario, demanda, medicina ancestral, noche cultural, marketing, comunidad.		

RESUMEN/ABSTRACT La finalidad de este proyecto es impulsar el turismo comunitario en la comunidad Caguanapamba a través de un Plan de marketing puesto que dentro del producto que se propone se engloban ciertas actividades y atractivos como son: medicina ancestral, mirador de Chigaqpamba, visita a huertos medicinales, visita a la sagrada laguna de Culebrillas, noche cultural, variedad de gastronomía, pesca deportiva, convivencia familiar y visita a El Tambo real de Paredones. Las actividades se realizan en la comunidad con la colaboración de sus cinco sectores, así mismo cuenta con facilidades turísticas como: guía local, servicio de restauración y servicio de alojamiento para que los turistas puedan disfrutar de su estadía. Para el siguiente proyecto se utiliza el marketing mix precio, promoción, plaza, producto. Además, la realización de estrategias de promoción, estrategias de comercialización y formación.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593 98768 4128 +593 99 320 1313	E-mail: beatriz.guaman@outlook.es melaniemlr@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	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):	